Należytość pocztowa uiszczona ryczałtem.

Przegląd Papierniczy

Nr. 7 | 1. grudnia 1927 r. | Rok

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

(Papier-Rundschau)

ORGAN FACHOWY I PROPAGANDOWY DLA HANDLU I PRZEMYSŁU PAPIERNICZEGO, ART. PIŚMIENNYCH I URZĄDZEN BIUROWYCH, PRZEMYSŁU I HANDLU TAPECIARSKIEGO ORAZ WSZELKICH GAŁĘZI PRZEMYSŁU PRZERABIAJĄCEGO PAPIER: JAK INTROLIGATORNI, KARTONIARNI ORAZ PRZEMYSŁU GRAFICZNEGO.

Wydawcy: Ernest Hein i Leon Landau, Katowice. Wychodzi dwutygodniowo: 1 i 15 każdego miesiąca.

KONTO Międzynarodowy Bank Handlowy, Oddział Katowice | Adres: Przegląd Papierniczy, Katowice, Jagiellońska 12 Telefon 1245 | Konto czekowe: P. K. O. Katowice 305 008

Cena: pojedyńczego numeru z przesyłką pocztową zł. 0,60. Prenumerata: w kraju kwartalnie zł. 3,—, zagranicą zł. 4,50. Ogłoszenia: 1/1 strona zł. 150.—, 1/2 str. zł. 90.—, 1/4 str. zł 50—, 1/8 str zł. 30.—, 1/16 str zł 15—, 1/32 str. zł. 8—. Na stronie tytułowej i w tekscie 100%, na stronie II i IV okładki 50% nadwyżki, dla poszukujących posad 50% zniżki. Ceny te obowiązują w kraju, dla zagranicy cennik specjalny.
Przy ogłoszeniach 3-razowych udzielamy 10%, przy 6-razowych 15%, przy 12-razowych 20%, przy ogłoszeniach stałych 25% rabatu.

Rękopisów redakcja nie zwraca.

Nr. 7 | Katowice, dnia 1. grudnia 1927 | Rok 1

Treść numeru:

Inhalt:

Jakie zasady należy dzisiaj uwzględnić przy policzaniu własnych kosztów produkcji w przemyśle papierniczym.

Inflacja zniszczyła całą substancję majątkową Europy i wywołała kompletny chaos w naszem życiu gospodarczem. Od tego czasu przestaliśmy myśleć kategorjami gospodarczemi, straciliśmy w zupełności perspektywę na bieg wypadków i zapomnieliśmy o istnieniu programów i planów gospodarczych. Nic więc dziwnego, że bardzo wielu inwestowało swe kapitały w przedsiębiorstwach, nie mających żadnej racji bytu, jeszcze po dzień dzisiejszy nie zdajemy sobie z tego sprawy, jak należy gospodarować, by jaknajwiększe rezultaty osiągnąć.

W życiu gospodarczem panuje po wsze czasy dogmat, iż tylko drogą oszczędności można znaczny dobrobyt osiągnąć. O tym dogmacie powinna Europa w obecnym okresie przejściowym pamiętać i w całem swem życiu gospodarczem bezwzględnie zastosować, a wówczas znowu odegra dominującą rolę w życiu narodów. Oszczędza zaś tylko ten, kto dokładnie swe dochody i wydatki oblicza i tem samem w każdej chwili zdaje sobie dokładnie sprawę ze swego stanu majątkowego jak i ze swych dochodów. Stąd też należy specjalny nacisk kłaść na rachunkowość w życiu gospodarczem, ileże bez niej normalny rozwój przedsiębiorstw jest wprost nie do pomyślenia. Związek zawodowy papierni w Niemczech, uwzględniając powyższe, opracował dokładnie zasady, jakie przemysłowiec przy policzaniu własnych kosztów produkcji uwzględniać powinien.

Te zasady podajemy naszym czytelnikom i choć z góry wiemy, że one nie są wyczerpujące, to jednak w ogólnych warunkach zapoznają nas z rachunkowością przedsiębiorstw przemysłu papierniczego, zapodając te wytyczne, które przemysłowiec przy reorganizacji komercjalnej swego przedsiębiorstwa uwzględnić powinien. Związek zawodowy opracowując powyższe zasady, mniej uwagi poświęcił teorji ogólnej, a więcej doświadczeniu, zdobytemu na tem polu przez różnych przemysłowców i dlatego też uwagi niżej zapodane mają w pierwszym rzędzie znaczenie praktyczne. Na wstępie określa elaborat związku ogólne zadania rachunkowości fabrycznej. Rachunkowość ta składa się z trzech działów: 1.) z buchalterji, 2.) z kalkulacji fabrycznej i 3.) z statystyki. 1.) Księgowość fabryczna ma za zadanie każdorazowo stwierdzić zmiany zachodzące w majątku przedsiębiorstwa. O zmianach tych dowiadujemy się z przeciwstawienia własnego kapitału długom przedsiębiorstwa, jakoteż z obliczenia rocznych dochodów, ewentualnie z strat. Kalkulacja ma za zadanie, obliczyć dokładnie wydatki spowodowane produkcją pewnego przedmiotu, ona więc w pierwszym rzędzie uwzględnia wydatki, pozostające w ścisłym związku z produkcją, i stąd też zasadniczo się od księgowości różni. Statystyka fabryczna jest częścią składową działu kalkulacyjnego, bez ścisłej statystyki pracy i kosztów, kalkulacja produkcji jest wprost nie do pomyślenia. Są jednak teoretycy i wybitni praktycy, którzy twierdzą, że kalkulacja opiera się

na tych samych zasadach, na jakich księgowość. Zapominają jednak o tem, że koszta administracji nie są identyczne z kosztami produkcji; Lehman w swej pracy „Die industrielle Kalkulation" rozróżnia koszta neutralne, nie pozostające w związku z produkcją towaru, koszta celowe, koszta zasadnicze i dodatkowe. Obok powyższej różnicy istnieją jednak zasadnicze różnice. Kalkulacja ma wypośrodkować ceny towaru stąd też musi kalkulator dokładnie ocenić przyszły rozwój gospodarczy i już w swej kalkulacji cen ten rozwój uwzględnić, buchalterja zaś cyfrowo stwierdza historyczny rozwój przedsiębiorstwa, dla buchaltera miarodajne są w pierwszym rzędzie koszty nabycia, dla kalkulatora zaś koszty ponownego nabycia, buchalter przeprowadza jednorazowo amortyzację kapitału, inwestowanego, kalkulator zaś przy obliczaniu amortyzacji kapitału uwzględnia w pierwszym rzędzie czas trwania produkcji. Jak więc z powyższego wynika, nie można identyfikować tych dwóch działów rachunkowości fabrycznej, które na zupełnie innych zasadach są oparte. My obecnie zajmiemy się wyłącznie zadaniami kalkulacji, do księgowości zaś wrócimy w dalszych artykułach. Jakie są właściwie zadania kalkulacji? Kalkulacja ma w pierwszym rzędzie wypośrodkować ceny fabryczne, ponadto przeprowadzić kontrolę fabryczną i dostarczyć alegatów buchalterji, która na podstawie tych układa próbne miesięczne bilansy i roczny bilans zamknięcia. W każdem przedsiębiorstwie kalkulacja spełnia jedno z powyższych zadań. W fabryce papieru wyrabiającego jeden rodzaj papieru kalkulacja kontroluje w pierwszym rzędzie ruch fabryczny. ceny fabryczne papierów oblicza bowiem biuro sprzedaży wzgl. syndykat. W fabryce zaś wyrabiającej kilka rodzajów papieru, kalkulacja oblicza ceny fabryczne produktów, stąd też kalkulacja musi z jednej strony w ścisłym związku pozostawać z kierownictwem technicznem fabryki a ponadto kontrolować dokładnie i badać sytuację panującą na rynku krajowym jak i zagranicznym. W obu jednak wypadkach musi kalkulator zachować pewną samodzielność; kierownik techniczny fabryki dba w pierwszym rzędzie o to, by wszelkie maszyny pracowały i by produkcja nie doznała w niczem przerwy, kalkulator jednak o zbycie produkcji zapomnieć nie powinien i musi dołożyć wszelkich starań, by produkcja zbytu nie przerastała. Obliczając ceny fabryczne, powinien kalkulator nie tylko uwzględnić cen konkurencji, lecz też i substancję majątkową własnego przedsiębiorstwa i z góry obliczyć straty, wynikające z jego kalkulacji.

Tym wszystkim zadaniom podołać może kalkulator, mający wielką wiedzę fachową i wyszkolenie komercjalne. Stąd też na czele działu kalkulującego powinni zawsze stać fachowcy, komercjalnie wyszkoleni, o nieprzeciętnych zdolnościach, prace zaś podrzędne wykonywać mogą nawet laicy, postępujący wedle wskazówek swego kierownika.

Omawiając zadania kalkulacji, musimy czytelników naszych zapoznać z temi zasadniczemi pojęciami, powtarzającemi się wciąż w tym dziale. Kalkulator rozróżnia cztery rodzaje kosztów: 1.) koszta stałe, 2.) proporcjonalne, 3.) progresyjne i 4.) degresyjne. Koszta stałe są to koszta niezmienne, to znaczy nie ulegające żadnym zmianom i wahaniom a to bez względu na stan zatrudnienia fabryki, koszta proporcjonalne są to koszta wzrastające równomiernie ze wzrostem produkcji, koszta progresyjne są to koszta, wzrastające progresyjnie w miarę wzrostu produkcji, zaś degresyjne są to koszta degresyjne czyli stopiowo malejące w miarę wzrostu produkcji. Z powyższych rodzajów kosztów ostatnie koszta obecnie specjalną rolę odgrywają, ileże życie gospodarcze ulega dzisiaj wciąż znacznym wahaniom. (Ciąg dalszy nastąpi).

O nowoczesne oświetlanie lokali w przemyśle i handlu.

W czasopiśmie gospodarczem „Kupiec", Nr. 46, omawia inż. M. P. sprawę powyższą, wywody te zapodajemy czytelnikom naszym ze względu na ich aktualność do wiadomości.

Stwierdzono, że około 25% ogólnych wypadków podczas zajęć w zakładach przemysłowych i dużych magazynach, powstaje na skutek niedostatecznego oświetlania. Fakt ten winien pobudzić do sprawdzenia instalacyj elektrycznych, tak w lokalach przemysłowych, jak i handlowych, tembardziej, że każdy przedsiębiorca jest prawnie obowiązany dbać o dostateczne i hygieniczne oświetlenie. Zasadnicze poglądy na celowe i odpowiednie oświetlenie warsztatów pracy są bardziej ważne, aniżeli sprawa oświetleń mieszkaniowych, ponieważ robotnik przeważnie zmuszony jest pracować godzinami przy sztucznem oświetleniu, nadwyrężając wzrok.

Zdolność rozpoznawcza oka jest w najwyższym stopniu zależna od siły oświetlenia, jednakże nie wzrasta ona w różnym stopniu ze wzmacnianiem światła, lecz wzrasta ona początkowo bardzo szybko, następnie zaś coraz wolniej. Ulepszenie siły światła posiada, szczególnie przy słabem oświetleniu duży wpływ na siłę widzenia.

Bardziej niż kiedykolwiek uwaga każdego przedsiębiorcy skierowana jest na potanienie i zwiększenie produkcji przez wprowadzenie maszyn, oszczędzających czas i pracę; psychotechniczne badania sił roboczych i t. p. Jednakże wpływ, jaki dobre oświetlenie wywiera na wzrost produkcji, jest dotychczas jeszcze niezupełnie uznany, jakkolwiek eksperymentalnie można stwierdzić znaczny wzrost wydajności pracy przez powiększanie natężenia światła.

wzrost natężenia oświetlenia	nadwyżka produkcji w %	nadwyżka kosztów w %
z 62 na 72 Luks	4%	0,5%
z 62 na 156 Luks	8%	1,3%
z 62 na 240 Luks	12%	2,1%

Powyższa tabela wskazuje wzrost produkcji w fabryce łożysk kulkowych, przy podwyższaniu siły oświetlenia. Już wzrost z 62 Luksów na 72, wykazał podwyższenie produkcji o 4%, podczas gdy nadwyżka kosztów za oświetlenie wynosi tylko 0,5%. W poszczególnych wypadkach zdarzały się wzrosty produkcji o 25%. Wyniki tych doświadczeń wykazują dokładnie, że ulepszenie oświetlenia, nawet gdy one duże koszty powodują, dają na skutek osiągniętej nadwyżki produkcji, duży zysk. Jako dalsze korzyści wykazują się zmniejszenia szkód, zwiększenie bezpieczeństwa ogólne dobre samopoczucie, zwiększenie zamiłowania do pracy i inne korzystne, nie dające się ująć psychiczne wpływy.

Samo natężenie światła nie jest jeszcze dowodem dobrego oświetlenia. Światło winno przedewszystkiem nie oślepiać. Nieosłonięte abażurem źródło światła, które wprost w oko pracownika pada, powoduje oślepienie, wskutek czego siła widzenia bywa mocno ograniczona, czasami nawet obniżona do minimum.

Niemniej ważnem jest pominięcie cieni, które często zasłaniają we fabrykach niebezpieczne części maszyn, a w magazynach nagromadzone paki i towary, których wystające kanty mogą łatwo spowodować wypadki.

Do oświetlenia sal fabrycznych służą dwie różne drogi: ogólne oświetlenie lub lokalne oświetlenie warsztatów pracy. Koszty instalacji są przy oświetleniu ogólnem znacznie niższe, aniżeli przy instalacji wielu poszczególnych lamp warsztatowych. Za ogólnem oświetleniem przemawia jeszcze jeden fakt: duże żarówki wykazują większe wykorzystanie światła aniżeli małe.

Zależy jednak głównie od miejscowych warunków fabrycznych, czy jednak nie korzystniejszem będzie lokalne oświetlenie warsztatów. N. p. do poszczególnych warsztatów pracy konieczna jest znacznie większa siła świetlna, aniżeli zwykle w pokoju jest stosowana, lub też są często poszczególne warsztaty poza normalnym czasem pracy używane i w takich wypadkach system lokalnego oświetlania stołów warsztatowych jest korzystniejszy. W tym wypadku należy pomyśleć o dodatkowem dostatecznem oświetleniu ogólnem.

Do oświetlenia ogólnego sal maszynowych nadają się prawie wyłącznie świeczniki dla bezpośredniego i centralnego światła. Lampa typu Kandem do bezpośredniego oświetlenia, oświetla po większej części dolną połowę sali, jednakże rozprasza się i część światła na sufit i ściany, tak że i te zostają rozjaśnione i do pewnego stopnia reflektują.

Światło przeważnie bezpośrednie nie daje przeto żadnych ostrych cieni lecz wytwarza równomierne i łagodne oświetlenie ogólne, konieczne przy pracy maszynowej. Szczególnie w salach maszynowych o normalnej wysokości, z napędem transmisyjnym lub grupowym, które wymagają pewnego oświetlenia dla obsługi i porządku, bywa przeważnie bezpośrednie światło najczęściej stosowane.

Jeżeli oświetlenie sufitu i ścian nie ma żadnego istotnego zaczenia, to poleca się zastosowanie opraw do światła centralnego.

Światło centralne daje światło ostro cieniowe. Całkowity strumień świetlny świeczników zostaje do intensywnego oświetlenia podłogi zużytkowany. Wskutek przestawności kąta promieniowania, można go na każdej wysokości tak ustawić, że strumień światła oświetla żądaną płaszczyznę, a więc w najlepszy sposób zostaje zużytkowany.

Przy lokalnem owietleniu warsztatów pracy usunięcie jaskrawości jest bardzo ważne, gdyż tutaj źródło światła jest bardzo blisko oka, i w razie, gdy nie jest osłonięte abażurem, może niezwykle oślepiać. Z punktu widzenia techniki świetlnej, bez zarzutu są lampy warsztatowe parabolicznie wygięte, które źródło światła całkowicie osłaniają i które umieszczone są na ramionach względnie wieszadłach na warsztatach i koncentrują strumień na miejsce pracy.

Słusznie też określa się światło we fabrykach jako narzędzie, a w handlach jako najpotężniejszy czynnik reklamy.

Co należy uwzględnić przy wprowadzeniu nowych artykułów na rynek?

Aby na pytanie powyższe dać wyczerpującą odpowiedź, należy wpierw stwierdzić, kto artykuł nowy na rynek chce wprowadzić. Inaczej w tym wypadku postępuje fabrykant, inaczej zaś hurtownik względnie eksporter. Fabrykant wcześniej musi dany artykuł wprowadzić, tak, aby kupiec jeszcze przed sezonem zaopatrzony był w powyższy artykuł. Najodpowiedniejszą porą do wprowadzenia nowych artykułów jest wiosna i jesień. W tym czasie odbywają się międzynarodowe targi i tam też uczestnicy przeważnie hurtownicy zapoznawają się z nowemi artykułami, które później wśród swoich odbiorców propagują. Jak ze sprawozdania zarządu targów wynika, jest z wiosną o wiele większe zainteresowanie i większy popyt za nowemi artykułami, niż w jesieni, wtedy to kupcy dysponują większą gotówką, stąd też chętniej wszelkie nowości nabywają. Publiczność, konsumenci bardzo małe mają zainteresowanie dla nowości, nawet najzdolniejszy sprzedawca nie tak prędko zwerbuje większej ilości odbiorców dla nowego artykułu, stąd też głównym odbiorcą jest kupiec. On zawsze się stara nabyć nowe artykuły, by tem samem konkurencję swą wyprzedzić i stąd też jego uwagę należy w pierwszym rzędzie na wszelkie nowości skierować. Teraz właśnie zachodzi owe główne pytanie, jaką drogą powyższe zainteresowanie kupca się budzi? Każdy Amerykanin odpowie, tylko reklamą i to skuteczną, a taką jest w pierwszym rzędzie ogłoszenie w czasopiśmie fachowym. Odpowiedzą nam na to nasi czytelniczy, każda pliszka swój ogon chwali. My czytelnicy i zleceniodawcy większe na tem polu mamy doświadczenie, nasze koszta reklamy w żadnym stosunku nie pozostają do osiągniętych tą drogą rezultatów. Zapominają jednak o tem szan. p. czytelnicy, że pierwszym razem inseratu wcale się nie

zauważy, drugim razem się go czyta, trzecim razem dopiero zwraca się uwagę na treść inseratu a po siódmem okazaniu się inseratu, zamawia się reklamowany artykuł. Chcąc więc osiągnąć większe rezultaty, należy przez dłuższy czas dany artykuł reklamować. Na temat powyższy okazały się ostatnio bardzo piękne broszury, a to Dr. Koeniga „Die Reklamepsychologie", Dr. Seyfferta „Die Reklame des Kaufmanns" i Dr. Lysińskiego „Die Organisation der Reklame", Dr. Wiktor Mataja, prof. uniwersytetu wiedeńskiego, autora znakomitego dzieła o reklamie, omawiając ostatnio znaczenie reklamy, całym szeregiem przykładów słuchaczom swym udowodnił, że ze wszystkich rodzajów reklam insercja w czasopiśmie jest najtańszą i najskuteczniejszą. Czytelnicy nasi na uwagi powyższe oświadczą, teoretycy mogą na temat powyższy piękne broszury pisać, ale o sprawie tej nie mają pojęcia. My w tej dziedzinie mamy wieloletnie doświadczenie, znamy korzyści i złe strony reklamy, stąd też nasz głos w tej sprawie jest miarodajny. My stanowisko naszych czytelników dzielimy i chętnie ich zdanie w tej sprawie usłyszelibyśmy. Dlatego też na łamach naszego czasopisma otwieramy dyskusję na temat powyższy. Nie tylko podróże, lecz często też i wymiana myśli jest wielce pouczającą, o tem powinni nasi czytelnicy pamiętać i sami raz w tej aktualnej sprawie się wypowiedzieć.

Ignotus.

Nowe stadjum w rokowaniach polsko-niemieckich.

Na temat powyższy wyraża wybitny ekonomista Dr. L. Fall swój pogląd na łamach dziennika „Polonja". Wywody te, zgodne z poglądami i zapatrywaniami naszej redakcji, podajemy czytelnikom naszym do wiadomości:

Rokowania handlowe z Niemcami weszły w nowe stadjum po dwóch i pół latach trwania wojny celnej. Jednolity dotąd front wojenny został nareszcie przerwany a uczyniony w nim już w ciągu pierwszych rozmów między dyrektorem Jackowskim a ministrem Stresemannem wyłom, pozwala rokować wszelkie nadzieje, że zawieszenie broni a nawet pokój jest już bliski. Po 2 i pół latach wojny celnej okazuje się, że jednak sprzeczności gospodarcze między Polską a Niemcami nie musiały być tak wielkie, skoro w ciągu parudniowych rozmów przedstawicieli obu państw znaczną ich część udało się pokonać. Logika gospodarcza i geograficzna przez 2 i pół lat tak niewłaściwie i brutalnie gwałcona, dochodzi nareszcie do głosu. Trzeba jednak było aż 2 i pół lat zaciętej wojny celnej, zerwania istniejących z dawna długotrwałych naturalnych stosunków handlowych, poważnych strat i szkód po jednej stronie, morza wylanego atramentu i żółci, by nareszcie dojść do zrozumienia, że wojna celna między Polską a Niemcami żadnemu z przeciwników korzyści, a obydwom tylko straty przynosi. Nie czas dziś na próżne rekryminacje. Nie pora mówić o tem, kto zawinił, ani po czyjej stronie większa wina. Nie warto się również spierać o to, kto większe poniósł straty, komu wojna celna bardziej dała się we znaki. To jedno tylko stwierdzić można i należy, że przewidywania niemieckie, nawet w bardzo poważnych kołach żywione, jakoby wojna celna z Niemcami pociągnąć za sobą musiała katastrofę życia gospodarczego w Polsce, nie spełniła się i że sytuacja gospodarcza państwa polskiego — mniejsza o to, czy z powodu, czy też mimo wojny celnej — jest dziś bez porównania korzystniejsza i pomyślniejsza, niż była przed jej wybuchem. Widzą to zresztą i czują sami Niemcy i tu może leży główne źródło otrzeźwienia po stronie niemieckiej, także i w tych kołach, które jeszcze do niedawna traktat handlowy z Polską wyraźnie sabotowały. Jeszcze i dziś po stronie niemieckiej odzywają się głosy, iż rząd niemiecki decydując się na ustępstwa w stosunku do Polski i okazując dobrą wolę w kierunku dojścia do porozumienia i zawarcia traktatu handlowego zagraża czołowym interesom produkcji niemieckiej. Są to głosy skrajnego szowinizmu narodowego i bezwzględnego egoizmu gospodarczego. Głosów takich nie brak na całym świecie, choć stosunkowo najmniej ich zawsze było w Polsce. Bóg z nimi! Dość, że koła poważne i decydujące, że rządy po jednej i drugiej stronie szczerze pragną porozumienia i okazują dobrą wolę do jego osiągnięcia. Po przełamaniu niedawnych jeszcze zwłaszcza po stronie niemieckiej tak bojowych nastrojów i po przezwyciężeniu wytworzonego w Polsce pod wpływem długotrwałej wojny celnej sceptycyzmu, po osiągnięciu pierwszych konkretnych rezultatów w formie umowy w sprawie eksportu drzewa z Polski do Niemiec i po ustaleniu głównych zasad, które służyć mają jako podstawę dalszch rokowań, dziś prawie nie ulega już wątpliwości, że traktat handlowy między Polską a Niemcami w krótkim czasie stanie się rzeczywistością. Cała opinja polska fakt ten niewątpliwie z szczerą i niekłamaną powita radością. Mało bowiem jest państw na świecie, w którem zrozumienie dla wskazań Międzynarodowej Konferencji Ekonomicznej, dla ważności i wartości międzynarodowych stosunków handlowych i dla koniecznych dla ich rozwoju ułatwień byłoby tak wielkie, jak właśnie w Polsce. Może właśnie skutkiem tych niezliczonych utrudnień i ograniczeń, jakim rozwój polskich stosunków handlowych i zagranicą ulegał pod wpływem politycznych nastrojów naszych sąsiadów, dążenie do nawiązania jak najlepszych i najściślejszych stosunków gospodarczych z zagranicą stało się istotnym wyrazem gospodarczego światopoglądu naszej opinji publicznej. Nie zapoznając tych wszystkich niebezpieczeństw, z jakiemi dla aktywności naszego bilansu handlowego i płatniczego połączone być musi znaczne zwiększenie importu z Niemiec ani tych trudności na jakie po zawarciu traktatu narażone będą niektóre działy naszej produkcji przemysłowej, witamy jednak możliwość zakończenia nareszcie wojny celnej i uregulowanie naszych stosunków handlowych z Niemcami z zadowoleniem. Jesteśmy bowiem przekonani, że w ostatecznym rezultacie traktat ten przyczyni się w dużym stopniu do ustabilizowania stosunków gospodarczych w Polsce i do znacznego ożywienia naszego życia gospodarczego.

My do powyższych trafnych wywodów ekonomisty dodajemy od siebie następujące uwagi: Przemysł papierniczy w Polsce na równi z innemi sferami gospodarczemi z niekłamaną radością wita nowe stadjum w rokowaniach polsko-niemieckich. Są wprawdzie wśród naszych kół przemysłowych pesymiści i krótkowzroczni kierownicy życia gospodarczego, którzy twierdzą, że zawarcie traktatu handlowego polsko-niemieckiego oznacza przerwę w rozwoju naszego przemysłu.

Zapominają jednak o tem p. pesymiści, że nawet po zawarciu traktatu handlowego, tak papier niemiecki jak i też wyroby papierowe podlegać będą wysokiemu ocleniu. Stąd też przemysł nasz przewagę mieć będzie w walce konkurencyjnej o rynek krajowy nad przemysłem nie-

mieckim. Wprawdzie rozwój każdego przemysłu nie tylko od czynników zewnętrznych zależy, a więc w tym wypadku od polityki celnej rządu, lecz w większej mierze od czynników wewnętrznych t. j. właściwej organizacji komercjalnej i technicznej przedsiębiorstw. Jesteśmy jednak przekonani, że przemysł nasz tak pod względem organizacji komercjalnej, jak i technicznej na odpowiedniej stoi wyżynie i dlatego też nawiązanie stosunków handlowych z Niemcami nie spowoduje wcale przerwy w rozwoju naszego przemysłu, lecz wręcz przeciwnie zapoczątkuje nową erę normalnego a tem samem zdrowego rozwoju naszego przemysłu papierniczego. A wraz z przemysłem papierniczem wita i handel nasz papierniczy z niekłamaną radością tę nową fazę w stosunkach handlowych polsko-niemieckich, ileże zawarcie traktatu handlowego oznacza znaczne ożywienie naszego handlu, który w swym dalszym rozwoju niezależny będzie od warunków dyktowanych mu czasem przez nasz przemysł papierniczy. W walce konkurencyjnej zwycięża zawsze ten, kto racjonalniej i taniej produkuje, stąd też zawarcie traktatu handlowego w znacznej mierze przyczynić się musi do potanienia papieru, co ogół konsumentów z wielką radością powita. Rząd nasz powyższą polityką gospodarczą zyskał więc nie tylko wielkie zaufanie zagranicą, lecz, co o wiele ważniejsze powszechne zadowolenie ogółu obywateli. Tendencje pokojowe przecież zwyciężają, nasze hasło o harmonijnem współżyciu narodów zwolna się urzeczywistnia a konsolidacja stosunków gospodarczych w Europie coraz większe czyni postępy.

Prasa fachowa kształci personel biurowy.

Po dzień dzisiejszy tak kupcy, jakoteż właciciele warsztatów reperacyjnych starają się uniemożliwić swemu personelowi lekturę fachową. Większa ilość kupców ukrywa przed personelem czasopisma fachowe, obawiając się, by personel tą drogą nie dowiedział się o wakujących posadach i tem samem swe dotychczasowe stanowisko opuścił. Zapominają jednak pp. szefowie, że prasa fachowa jest dostępną dla każdego i prędzej czy później zdolny współpracownik biurowy się dowie o wakującej posadzie, i o nią się będzie ubiegał. Ukrywając przed swym personelem prasę fachową uniemożliwia wprost szef wyszkolenie swego personelu. Są jednak i tacy kupcy, który nie chcą we wszystkie sprawy wtajemniczyć swoich współpracowników, obawiając się, by obeznany ze wszystkiem pomocnik biurowy, obejmując posadę we firmie konkurencyjnej, nie zaszkodził wielce swemu szefowi. Wszystkie powyższe skrupuły nie są jednak na czasie, pomocnik biurowy, sprzedawca i mechanik nie czytający pilnie prasy fachowej, nie może bezwarunkowo swemu zadaniu sprostać. Jak często się dzisiaj zdarza, że sprzedawca na różne zapytania odbiorcy należytej odpowiedzi dać nie potrafi a to z tego powodu, że nie jest obeznany z prasą fachową. Każdy sprzedawca niemniej i zastępca podróżujący, zatrudniony w dziale urządzeń biurowych, musi bardzo pilnie czytać prasę, z niej bowiem dowiaduje się o wszelkich trudnościach i przeszkodach, jakie panują w danym kraju, względnie w danej miejscowości, ona informuje go, które rodzaje maszyn w danym kraju cieszą się większym popytem, ona informuje go o różnych wynalazkach, udoskonaleniach i o tendencjach panujących w tym dziale w poszczególnych krajach; stąd też bez jej pomocy nie może stać na wysokości swego zadania To samo odnosi się do mechanika; wyszkolony mechanik w dziale technicznym prasy fachowej znajdzie wiele potrzebnych i niezbędnych wskazówek dla swego zawodu; stąd też obowiązkiem każdego kupca jest zamawiać większą ilość czasopism i tem samem umożliwić swemu personelowi to wyszkolenie, które jest mu niezbędnem. Bez prasy i szkoły fachowej niema wyszkolonego personelu.

Od czego w pierwszym rzędzie zależy ożywienie handlu artykułami biurowemi?

Finansowanie konsumpcji a to przez udzielenie kredytów kupującym po dzień dzisiejszy nie cieszy się uznaniem i zrozumieniem w sferach zainteresowanych. Wybitni ekonomiści twierdzą, że kupno na raty obciąża niezwykłemi kosztami konsumenta, on musi wysokie odsetki płacić i ponadto wszelkie koszta administracyjne ponosić, stąd też niechętnie konsument kupuje na kredyt. Wywody powyższe nie są wcale trafne. W zubożałej Europie na każdem kroku daje się odczuć brak gotówki, stąd też bez kredytów konsumpcyjnych niema mowy o ożywieniu handlu naszego, a co za tem idzie o wzroście produkcji. Już w artykule naszym p. t. „Jak regulować należy terminy płatności", wskazaliśmy na to, iż od rozwiązania powyższej kwestji zależy w pierwszym rzędzie rozwój życia gospodarczego Europy, bez wzrostu konsumpcji niema mowy o normalnym rozwoju gospodarczym Europy, a wzrost konsumpcji zależy w pierwszym rzędzie od udzielenia odpowiednich kredytów. Dzięki kredytowaniu wzrasta progresyjnie nasza konsumpcja a z nią też i produkcja. Powyższe znajduje szczególne zastosowanie w dziale urządzeń biurowych, najpoważniejsze przedsiębiorstwo nie zakupuje dziś swych urządzeń biurowych za gotówkę, stąd też sprzedaż na raty jest dominującą formą w powyższym dziale. Kupcy powyższego

działu, nie chcąc obciążyć konsumenta wysokiemi kosztami, założyli w Niemczech specjalną organizację, której zadaniem jest finansowanie konsumpcji. Do organizacji powyższej należą prawie wszyscy kupcy niemieccy działu urządzeń biurowych. Bank dyskontowy powołany przez ten związek do życia, zajmuje się dyskontowaniem pretensji członków i dzięki temuż kredytowi dyskontowemu kupcy są w stanie na dogodnych warunkach kredytować swym odbiorcom. Dotychczasowe wyniki pracy tego związku są zadowalające, straty dotychczas poniesione przez związek są w stosunku do ogólnego obrotu członków minimalne. Obrót z miesiąca na miesiąc progresyjnie wzrasta, co najlepiej o tem świadczy, że przecież tą drogą jedynie można ożywić handel, a co za tem idzie, zwiększyć konsumpcję wewnętrzną i produkcję krajową. Czas najwyższy, by nasze związki kupieckie podobną instytucję kredytową do życia powołały, a wówczas kupiectwo nasze powyższego działu nie będzie musiało walczyć z dotychczasowemi trudnościami i ceny poszczególnych artykułów będą o wiele niższe, co w głównej mierze przyczyni się do wzrostu zapotrzebowania na różne artykuły biurowe.

Wiadomości z kraju.

Wywóz papierówki z Polski.

W myśl umowy zawartej między rządem polskim a niemieckim rząd polski od 1. grudnia br. począwszy nie będzie pobierał potrójnej opłaty wywozowej od okrągłego drzewa wywozowego, która przed zawarciem umowy wynosiła 0,40 złotego w złocie od 100 kg. Papierówka i kopalniaki nie podlegają żadnej opłacie wywozowej, ileże opłacie podlegają drzewa o długości zwyż 3 metrów i o grubości u wierzchołka zwyż 20 cm. Umowa powyższa, wchodząca w życie z dniem 1. grudnia br., zawartą została na przeciąg jednego roku.

Produkcja papiernicza i rynek papierniczy w Polsce.

Sytuacja, panująca na rynku papierniczym w Polsce od dłuższego czasu, spowodowała wielu przemysłowców do powiększenia swych przedsiębiorstw, by tem samem móc w całej pełni zaspokoić zapotrzebowanie kraju na papier. Koszta nowych inwestycji fabrycznych wynoszą około 1 700 000 dolarów. Fabryka papieru „Soczewka" uruchomiła trzecią maszynę, tem samem produkcja papieru kancelaryjnego lepszej jakości wzrosła o 200 ton miesięcznie. W Albertynowie obok Wilna wystawia hrabia Pusłowski nową fabrykę tektury, która ma miesięcznie 220 ton tektury wyprodukować, hrabia P. nie szczędzi żadnych kosztów i dokłada wszelkich starań, by budowa jeszcze w bieżącym roku była ukończoną. Spółka akcyjna Pabjanickiej fabryki papieru Robert Saenger w Pabjanicach uruchamia w najbliższym czasie nową maszynę, by tem samem mogła miesięcznie 1000 ton papieru wyprodukować. Największe jednak inwestycje ze wszystkich fabryk przeprowadziło Tow. Akc. Steinhagen Wehr i Ska. w Myszkowie, które uruchomiło piątą maszynę i tem samem obecnie miesięcznie 1500 ton papieru produkuje. Koszta ostatniej inwestycji wynoszą 600 000 dolarów. Ostatnio też zamierza fabryka celulozy we Włocławku drogą nowych inwestycji powiększyć swą dotychczasową produkcję, tak by miesięczna produkcja tej fabryki wynosiła 5000 ton. Te nowe inwestycje prowadzące do powiększenia produkcji nie zaspakajają jednak zapotrzebowania kraju, stąd też import papieru z miesiąca na miesiąc znacznie wzrasta. Szczególnie w znacznej ilości importuje się papier rotacyjny. Wywóz w ostatnich miesiącach wynosił przeciętnie 2500 ton.

Wiadomości zagraniczne.

Handel zagraniczny Niemiec w październiku br.

Import do Niemiec w październiku b. r. przewyższył eksport o 284 miljonów RM., tem samem wzrósł import o 70 miljonów RM. w porównaniu z importem miesiąca poprzedniego. Zwyżkę importu spowodował znaczniejszy przywóz artykułów żywnościowych do Niemiec w tymże miesiącu. Eksport w tym miesiącu wzrósł o 28 miljonów RM. w porównaniu z eksportem u. m.

Co się tyczy importu i eksportu surowców, półfabrykatów i wyrobów gotowych przemysłu papierniczego jakoteż konfekcji papierniczej, to tenże przedstawia się następująco:

	Przywóz Paźdz. 1927	Przywóz Styczeń-Paźdz. 1927	Wywóz Paźdz. 1927	Wywóz Styczeń-Paźdz. 1927
	w 1000 RM.			
Papierówka	7 839	53 885	64	425
Miazga drzewna i celul	3 284	25 183	4 902	45 997
Papier i wyroby pap.	2 962	18 096	30 913	227 921
Książki i nuty	1 391	11 763	5 192	38 079

	Przywóz Paźdz. 1927	Przywóz Styczeń-Paźdz. 1927	Wywóz Paźdz. 1927	Wywóz Styczeń-Paźdz. 1927
	w centnarach metrycznych			
Papierówka	2 190 170	15 762 123	20 387	147 119
Miazga drzewna i celul.	134 803	1 005 084	172 205	1 661 602
Papier i wyroby pap.	35 692	203 913	428 971	4 177 968
Książki i nuty	5 826	35 808	8 810	62 517

(Brl. Pzt.)

Przemysł papierniczy w Meksyku.

Przemysł papierniczy osiągnął w Meksyku w ostatnich latach niezwykły rozwój. Obok większej ilości małych fabryk istnieje 5 większych fabryk pracujących z kapitałem 12 miljonów Peso i zaopatrujących cały kraj w papier średniej jakości, do fabryk tych zaliczają się National Paper & Type Company (przedsiębiorstwo amerykańskie) Cia de las Fabricasde Papel de san Rafael y Anexas (przedsiębiorstwo hiszpańskie), Fabrica de Papel „Loreto" Alberto Lenz (przedsiębiorstwo niemieckie), Fabrica de Papel Pena Pobre S. A. (przedsiębiorstwo niemieckie) i Fabrica de Papel „La Aurora" S. A. (przedsiębiorstwo hiszpańskie). Jak z ostatniej statystyki wynika, fabryki te zatrudniają 1977 robotników. W roku 1926 fabryki powyższe wyprodukowały 11 217 596 kg. papieru gazetowego wartości ogólnej 2 134 709 dolarów, 6 147 798 kg. papieru pakunkowego wartości 1 581 829 Peso, 1 120 959 kg. kartonu wartości 116 861 Peso, 182 425 kg. bibuły i papieru krepowego wartości 332 589 Peso i 62 367 kg. bibułki do papierosów wartości 59 461 Peso. Jak z ostatnich komunikatów rządu wynika, nowa taryfa celna, która ma z początkiem następnego roku wejść w życie, otoczy specjalną opieką papierniczy przemysł rodzimy. (Brl. Pzt.)

Przemysł papierniczy w Brazylji.

Brazylja liczy obecnie 23 fabryk, z tego 7 w Sao Paulo, 4 w Rio de Janeiro, 4 w Minas Geraes, 3 w Parana, 2 w dystrykcie związkowym, 1 w Pernambuco, 1 w Rio

Grande do Sul i 1 w Santa Catharina. Fabryki te pracują z kapitałem 78 860 Contos de Reis a produkcja ich w 1926 r. wynosiła 61 400 ton papieru i tektury. Z fabryk wyżej zapodanych największe są w Sao Paulo. Największą fabryką w Rio jest Comphania Industria de Papeis e Cartonagem, roczna produkcja tej fabryki wynosi 6400 ton, z innych fabryk zasługują na wzmiankę Companhia Industrial z produkcją roczną 3000 ton i Companhia Industrial San Antonio z produkcją roczną 2200 ton. W samej stolicy są dwie fabryki, z których jedna produkuje rocznie 2000 ton a druga Companhia Industria de Papeis e Cartonagem 600 ton rocznie. Z czterech fabryk papieru w Minas Geraes największą jest Santa Maria z roczną produkcją 2200 ton, z innych fabryk w tymże stanie produkuje Dolabella Portella 1000 ton, a fabryka Papel Juiz de Fora 700 ton. Największą fabryką w Parana jest Jacarehysinho z produkcją roczną 2000 ton. Pernambuco liczy tylko jedną fabrykę z produkcją roczną 6000 ton, zaś Companhia Pedras Brances w Rio Grande do Sul produkuje rocznie 1200 ton. (Brl. Pzt.)

Import papieru do Indji angielskich.

Od kwietnia 1924 do marca 1925 importowano do Indji 140 710 cwts. papieru pakunkowego wartości ogólnej 2 828 949 Rupji. Import zaś tegoż papieru od kwietnia 1926 do marca 1927 wynosił 207 525 cwts. wartości ogólnej 4 003 913 Rupji. Papier ten importuje się z Niemiec, Szwecji, Wielkiej Brytanji, Holandji i Norwegji. Od kwietnia 1926 do marca 1927 importowano 417 644 cwts. papieru gazetowego wartości ogólnej 5 935 140 Rupji, ponadto papier piśmienny i koperty wartości ogólnej 5 859 144 Rupji. Papier urzędowy importują tamtejsi kupcy z Ameryki i Niemiec. W imporcie druków różnego rodzaju jakoteż papieru drukowego partycypuje Norwegja kwotą 2 300 729, Niemcy kwotą 2 118 794, Wielka Brytanja kwotą 1 932 798, Austrja kwotą 1 441 227, Holandja kwotą 627 759 a Belgja kwotą 399 999 Rupji. (Brl. Pzt.)

Import Maszyn do pisania i innych artykułów biurowych do Natalu.

Natal jest jedynym krajem w Afryce, który ma wielkie zapotrzebowanie na urządzenia biurowe. Biuro w Natalu nie różni się niczem pod względem urządzenia od biur londyńskich, stąd też w każdem prawie biurze napotkać możemy na urządzenia biurowe, maszyny i rachownice najnowszego systemu. Nie tylko w biurach; ba nawet w hotelach, w klubach towarzyskich i biurach podróży napotkać możemy na kilka maszyn do pisania, służących wyłącznie do użytku gości. We wszystkich szkołach obowiązkową jest nauka pisania na maszynie, stąd też zapotrzebowanie na maszyny do pisania jest niezmiernie wielkie. Zbytem cieszą się wszelkie maszyny amerykańskie, angielskie i niemieckie, niektóre mniejsze biura wypożyczają sobie maszyny do pisania na miesiąc, rok lub też na większy okres czasu. Wynajmowanie to połączone jest ze znacznym zyskiem, stąd też wynajmowaniem zajmują się nie tylko sprzedający artykuły biurowe, lecz także więksi importerzy towarów kolonialnych i księgarnie. Z wszystkich maszyn największym popytem cieszą się Remington, Corona i Smith Premier.

Import maszyn do pisania do Afganistanu i Beludżystanu.

Afganistan jest jedynym krajem w Azji, który z wielką niechęcią po dzień dzisiejszy odnosi się do urządzeń i cywilizacji europejskiej. Ostatnio jednak emir Afganistanu wbrew panującemu obyczajowi przekroczył granice swego kraju, udając się w podróż informacyjną i naukową do Europy. Emir Afganistanu zamierza zapoznać się z urządzeniami europejskiemi, by je później zwolna

w kraju własnym zastosować, stąd też są nadzieje, i to wielkie, iż Afganistan przecież nawiąże kontakt z krajami europejskiemi i stamtąd sprowadzać będzie różne maszyny a między innemi maszyny do pisania i różne artykuły biurowe. Pierwszeństwo mieć będą Anglicy, ileże cały import do Afganistanu skierowany będzie przez Beludżystan a ten kraj jest nawskrós angielskim. Stolica Beludżystanu Quetta jest nawskroś miastem angielskiem. Mieszkają tutaj urzędnicy, oficerzy angielscy z rodzinami, są tutaj szkoły angielskie, w których nauka pisania na maszynie jest obowiązkową i nie tylko maszyny do pisania są tutaj powszechnie znane, lecz też rachownice, najnowsze urządzenia biurowe, prasa do kopjowania, kasy kontrolujące itd. Młodzież kształcąca się tutaj w szkołach angielskich może lada dzień wrócić do kraju macierzystego i stąd też dokłada wszelkich starań, by zapoznać się z najnowszemi urządzeniami biurowemi. Ze wszystkich maszyn do pisania najbardziej rozpowszechnione są Remington i Corona, lecz też i inne maszyny do pisania są tu znane. Każdy przemysł starający się swe fabrykaty rozpowszechnić, musi mieć swego generalnego zastępcę i własny warsztat reperacyjny. Przez udzielanie długoterminowego kredytu i zagwarantowanie, iż wszelkie szkody, powstające w maszynie w ciągu pierwszych dwóch lat, zostaną bezpłatnie przez własny warstat naprawiony, można zwerbować znaczną ilość odbiorców.

———

Przegląd patentowy.

Tłustem drukiem oznaczono numer patentu. Cyfry przed numerem patentu oznaczają klasę, podklasę i grupę, do której zaliczono wynalazek. Następnie kolejno są umieszczone nazwisko właściciela patentu, tytuł wynalazku, data zgłoszenia, po słowie „Pierwsz." które oznacza pierwszeństwo po zgłoszeniu w jednym z krajów, należących do Konwencji Związkowej Paryskiej, data zgłoszenia zagranicznego i w nawiasie kraj, gdzie zgłoszenia dokonano, data udzielenia patentu.

Kl. 55 f 15, **6129.** Paul Campion (Vitry-sur-Seine, Francja), zastępca M. Skrzypkowski, rzecznik patentowy w Warszawie. Sposób wyrobu klisz do duplikatorów. Patent dodatkowy do patentu Nr. 4040. Zgłoszono 6. grudnia 1923 r. Pierwszeństwo: 4. stycznia 1923 r. dla zastrz. 1—3 (Belgja) najdłuższy czas trwania patentu do 26. stycznia 1941 r. Kl. 55 b 1. **6109** Paul Krais (Drezno, Niemcy), zastępca: M. Brokman, rzecznik patentowy w Warszawie. Sposób wytwarzania drzewnika. Zgłoszono 13. lutego 1925 r. Kl. 15 d 35. **6117** American Bank Note Company (New York, Stany Zjednoczone Ameryki), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Urządzenie do odkładania zadrukowanych arkuszy w szybkobieżnych tłoczniach drukarskich. Zgłoszono 24. listopada 1923 r. Kl. 15 d 16. **6120** American Bank Note Company (New York, Stany Zjednoczone Ameryki), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Tłocznia drukarska do banknotów. Zgłoszono 11. lipca 1924 r. Kl. 55 a 3. **6128** Fagocellulose spolecnost pro zpracovani dreva k vyrobe cellulosy, spolecnost s r. o. (Praga-Smichov, Czechosłowacja), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Sposób i urządzenie do podłużnego strzępienia drzewa przy wyrobie drzewnika. Zgłoszono 28. lutego 1925 r. Pierwszeństwo 8. marca 1924 r. (Niemcy). Kl. 15 d 34. **3862** Benno Knecht (Berlin,

Niemcy), zastępca M Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Maszyna drukarska z walcem dociskowym, pod którym przesuwa się statek z układem czcionkowym. Zgłoszono 12. października 1923 r. Pierwszeństwo 16. października 1922 r. (Niemcy). Kl. 55 f 11. **3769** Ryszard Neuba (Tarnowskie Góry, Polska), zastępca S. Pawlikowski, rzecznik patentowy w Warszawie. Sposób nasycania materjałów drzewnych, jak również włókienniczych, dzięki któremu materjały te stają się ogniotrwałemi. Zgłoszono 30. czerwca 1924 r. Kl. 55 d 17. **3767** Firma Gebr. Ebart (Berlin, Niemcy), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Sposób wyrobu trwałego papieru, zaopatrzonego w znaki wodne na maszynie papierniczej. Zgłoszono 2. listopada 1922 r. Pierwszeństwo 19. listopada 1921 r. (Niemcy). Kl. 55 d 22. **3768** Paul Erkens (Düren, Niemcy), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Urządzenie do wyrobu na maszynie papierniczej ciągłej papieru czerpanego z wodnemi znakami. Zgłoszono 3. października 1923 r. Pierwszeństwo 4. października 1922 r. (Niemcy). Kl. 15 e 13. **3669** Adrema Maschinenbauges. m. b. H. (Berlin, Niemcy), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Urządzenie w maszynach do drukowania adresów lub w podobnych tłoczniach, służące do samoczynnego, przerywanego przesuwania drukowanego arkusza. Patent dodatkowy do patentu Nr. 3390. Zgłoszono 27. grudnia 1923 r. Pierwszeństwo 19. maja 1923 r. (Niemcy Kl. 15 e 13. **3739** Adrema Maschinenbauges. m. b. H. (Berlin, Niemcy), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Maszyna do drukowania adresów lub wykonania podobnych druków z szablonami, przesuwanemi naprzód jeden tuż za drugim zapomocą suwaka prowadnego. Zgłoszono 3. stycznia 1923 r. Pierwszeństwo 26. stycznia 1922 r. (Niemcy). Kl. 15 e 13 **3738** Adrema Maschinenbauges. m. b. H. (Berlin, Niemcy), zastępca M. Kryzan, rzecznik patentowy w Warszawie. Urządzenie w maszynach do drukowania adresów lub w podobnych tłoczniach służące do samoczynnego przerywanego przesuwania drukowanego arkusza. Patent dodatkowy do patentu Nr. 3390. Zgłoszono 27. grudnia 1923 r. Pierwszeństwo 19. maja 1923 r. Najdłuższyczas trwania patentu do 7. listopada 1940 r.

Odpowiedzi redakcji.

Dr. R., Warszawa. Do najważniejszych francuskich czasopism fachowych należą „La Papeterie", Paris, Rue Langrange 9; „Le Papier", Grenoble, Rue de Lycée; „Le Moniteur de la Papeterie Francaise", Paris, 159 Boulevard Haussmann i „Papyrus", Paris, 30, Rue Jakob.

Inż. H., Bielsko. W Austrji wychodzą następujące czasopisma fachowe: „Zentralblatt für die Papierindustrie", Wien I. Schwangasse 1; „Papier- u. Schreibwarenzeitung", Wien I, Weißgärbelände 12; „Papiergewerbezeitung, Fachblatt für Papier und Schreibwarenhandel", Wien I, Wollzeile 2 i „Papier und Schreibwaren-Zeitung" (Ig. Tengers-Verlag), Wien I, Tuchlauben 7a.

Wł. druk. P., Łódź. Przedstawicielami f-my „Albert & Cie., Tow. Akc.„Frankenthal" na Polskę jest Jakób Fajans i Ska., Warszawa i Michał Fleischer, Kraków, ul. Kremerowska 2.

Redakcja na wszelkie zapytanie udziela odpowiedzi jedynie i wyłącznie w tej rubryce.

Nadesłane książki i czasopisma.

Ukazał się Nr. 1 i 2 „Gazeta Kupiecka", tygodnika informacyjnego średniego i drobnego kupiectwa, poświęconego prawom gospodarczym i społecznym. Treść pierwszego numeru jest dość nikła; niektóre artykuły ważniejsze jak „Kupiec i prasa" i „Z nauki o handlu" omówimy obszernie i krytycznie w najbliższym numerze. W słowie wstępnem zaznacza redakcja, że w pierwszym rzędzie dbać będzie o dobro narodowego gospodarstwa i stąd też dbać będzie o to, by nowe pismo było organem nie jednej dzielnicy lub grupy, ale kupiectwa całej Polski. Piękne hasło, czekamy na realizację owego hasła. Od tendencji pisma w pierwszym rzędzie zależyć będzie rozwój tego nowego popularnego tygodnika kupiectwa polskiego.

Trzeci zeszyt „Grafika Polska", odznacza się nie tylko bogatą treścią, którą dokładnie i szczegółowo w najbliższych numerach omówimy, lecz zawiera artystycznie wykonane druki ofsetowe i litograficzne, stąd też leży w własnym interesie drukarzy nabyć ów zeszyt, budzący swą piękną szatą zewnętrzną i bogatą treścią powszechne zainteresowanie.

Selbstkostenberechnung in Papierfabriken.

Die Inflation hat in Europa unendlich viel Unheil angerichtet. Das schlimmste aber ist, daß wir damals alle das wirtschaftliche Denken verlernt haben, daß wir über dem Alltag den Wirtschaftsplan vergessen haben, daß uns jeder Maßstab, jeder Ueberblick verloren gegangen ist. Viele Milliarden sind damals ins Ausland verschleudert, andere in Anlagen untergebracht worden, die heute totes Kapital sind. Wir haben diese psychischen Einwirkungen heute noch nicht völlig überwunden, und jeder Tag bestätigt aufs neue, daß das, was der Amerikaner die Rechenfähigkeit nennt, bei uns noch lange nicht Allgemeingut geworden ist. Die wirtschaftlichen Tatsachen werden noch immer zu wenig berücksichtigt, die Ware verschleudert. Europa muß sparsam wirtschaften, jedes Unternehmen groß oder klein, muß sich diesem leitenden Gesichtspunkte unterordnen. Sparen kann aber nur, wer gut rechnet, wer sich über Einnahmen und Ausgaben jederzeit Rechenschaft gibt, wer als treuer Sachwalter für Erhaltung und Mehrung des ihm anvertrauten Gutes sorgt. Die Industrie muß also ihr Rechnungswesen auf der Höhe halten. Das Preisemachen aus dem Handgelenk, wie es in manchen Betrieben noch üblich ist, muß besseren Methoden weichen. Diese neuen Wege werden allmählich dazu führen, daß auch in Europa eine weit größere Spezialisierung eintritt und dadurch unnützer Kraftaufwand vermieden wird. Die Umorganisierung ist bereits in vollem Gange. Ein Bahnbrecher zu diesen neuen Zielen, denen auch die Papierindustrie zustreben muß, ist ein nach einheitlichen Gesichtspunkten aufgezogenes Rechnungswesen. Der Verein Deutscher Papierfabrikanten hat bereits versucht, neue Wege zu weisen und hat sich dadurch viel Verdienst erworben. Nachstehend wird dasselbe Gebiet, nämlich vor allem die Selbstkostenberechnung in den Papierfabriken eingehend geschildert. Auch diese Arbeit ist noch ein Versuch, erschöpfend kann sie schon deshalb nicht sein, weil uns viel zu wenig Einzelmaterial aus der Praxis zu Verfügung steht. Ich habe aber redlich versucht, die wesentlichen Gesichtspunkte herauszuarbeiten und vor allem zu eigenem Denken anzuregen. Neuere Ansichten über die Aufgaben und Ziele der Selbstkostenberechnung sind miteingeflochten, ohne daß dabei der Theorie zu großer Platz eingeräumt wurde, das Vorgetragene ist in der Praxis erprobt. Es soll ja aber kein Rezept sein, aus welchem Grunde auch absichtlich keine Formulare aufgenommen und alle Beispiele nur schematisch skizziert sind. Notwendig war es, daß neben den allgemeinen Fragen über Aufbau und Ausbau der Selbstkostenberechnung auch die Probleme eingehender behandelt wurden, die bei schwankendem Beschäftigungsgrade auftreten.

Vom Rechnungswesen in der Industrie.

Im allgemeinen. Wenn man vom Rechnungswesen in der Industrie redet, so denkt man dabei sofort an

1. die Buchhaltung,
2. die Kalkulation,
3. die Statistik.

Man kann kurz sagen, daß die erstere alle Verschiebungen zwischen den Vermögensstellen, den Schulden und dem Eigenkapital eines Betriebes verfolgen, ziffernmäßig festlegen und in Verbindung mit der Bilanz den Erfolg einer Geschäftsperiode ermitteln soll. Sie errechnet letzten Endes Aufwand und Ertrag zeitmäßig. Auf die Technik der Buchführung, auf die so interessanten Bilanzfragen, kann hier nicht näher eingegangen werden.

Die Kalkulation oder Selbstkostenrechnung eines Werkes ist dadurch gekennzeichnet, daß sie alle Ziffern in Beziehung bringt, zu einer bestimmten Menge, zu einem Auftrag oder auch zu einer Einheit davon. Man heißt sie daher auch die Stückrechnung. Sie wird also vergleichen alle Aufwendungen oder besser gesagt alle Kosten für dieses Stück, mit dem zu erzielenden oder erzielten Preis. Die Aufgabe der Statistik braucht im Zeitalter der Statistik nicht näher gekennzeichnet zu werden, vielfach und zwar besonders in Papierfabriken kann man sie als einen Bestandteil der Kalkulation betrachten. Wir werden später noch darauf zurückkommen. Welche Beziehungen bestehen nun zwischen der Buchhaltung und der Kalkulation? Es ist kein Zweifel, daß auch die Zusammenstellung aller Kalkulationsergebnisse in einem bestimmten Zeitabschnitt den Erfolg des Unternehmens darstellen soll. Aber dieses Ergebnis deckt sich nach unserer Ansicht mit dem Ergebnis der Buchhaltung. Es gibt heute noch viele, die eine vollständige Kongruenz verlangen, wo also diese beiden Teile des Rechnungswesens letzten Endes nach genau denselben Grundsätzen aufgebaut sein sollen, wo der Aufwand gleich den Kosten und der Ertrag gleich dem Erlös sein soll. Hier wird grundsätzlich die Ansicht vertreten, daß dies nicht der Fall sei, und zwar aus folgenden Gründen. Es gibt Aufwendungen, die keine Kosten sind wie z. B. Beiträge an politische Parteien, Kursverluste an Wertpapieren, Devisen, aber auch Verluste an Vorräten, die auf Spekulation gekauft wurden, Steuern vom Ertrag u. a. m. Man bezeichnet diese Kosten, die nicht verrechnet werden können, am besten als neutrale Kosten. Andererseits sind z. B. Abschreibungen auf Anlagen, die die Buchhaltung bereits voll abgeschrieben hat, in der Kalkulation doch als Kosten zu rechnen, ebenso Zinsen für das eigene Kapital und ähnliches. Man kann hier von Zusatzkosten sprechen. Schematisch kann man nach Lehmann „Die Industrielle Kalkulation", Seite 68, dies so ausdrücken:

neutraler Aufwand

Aufwand

Zweckaufwand

Grundkosten

Kosten

Zusatzkosten

Die Kalkulation sieht eine ihrer Hauptaufgaben in der Errechnung der Preise, sie will also die Zukunft abschätzen. Die Buchhaltung dagegen kann nur chronologisch feststellen, was war, ist also hauptsächlich in der Vergangenheit verankert. Die Kalkulation muß sehr oft schätzen und die Zahlen der Buchhaltung auf Zeitabschnitte verteilen. Wir werden auf die geschilderte Inkongruenz noch öfter zu sprechen kommen, wir werden dann auch sehen, daß weitere Unterschiede eintreten durch die Bewertung. Für die Buchhaltung sind die Anschaffungspreise gegeben. Die Kalkulation korrigiert sie unter Umständen am Jahresende. Die Kalkulation dagegen soll dafür sorgen, daß für die Güter, die im Wirtschaftsbetriebe verzehrt werden, Ersatz geschaffen werden kann, sie muß also rechnen mit den Wiederbeschaffungspreisen, die sich praktisch meist mit den Tageswerten decken, vielfach aber auch sogenannte Verrechnungspreise sind. — Es sind also grundsätzlich zwei Entwicklungsreihen, und es ist zu verstehen, daß Anhänger der alten Methode ihr System, das die Kongruenz kannte, als das bessere loben. Aber man soll die Form

nicht dem Zweck unterordnen: Um dies klar zu zeigen, müssen wir die Aufgaben der Kalkulation noch schärfer kennzeichnen. Wir werden dann später noch sehen, daß die Kalkulationsabteilung die Unterschiede zwischen ihr und der Buchhaltung auf Rechnungskosten festhalten kann, daß sie damit dieselbe formale Gleichung erreicht und dabei noch den Vorzug hat, daß sie durch die Verrechnungskonten wichtige Aufschlüsse über so manches geben kann, was nach der früheren Methode nicht möglich war. Es muß auch grundsätzlich festgestellt werden, daß jeder gestörte Betrieb, wie es heute die Regel ist, auch nach der alten Methode keine Kongruenz erreichen kann.

Aufgabe und Bedeutung der Kalkulation.

Die Bedeutung der Kalkulation kann nie überschätzt werden. Zwei Hauptaufgaben sind es, die eine gute Selbstkostenrechnung lösen soll. Erstens die Ermittelung der Verkaufspreise, zweitens die Kontrolle des Betriebes. Dazu kommt noch als Sonderaufgabe die Beschaffung von Unterlagen für die Bilanz und für die kurzfristigen Erfolgsrechnungen. Besonders die letztere ist für die Gegenwart unendlich wichtig. Ein Betrieb ohne diese Rechnung gleicht dem Schiff ohne Kompaß. Wir müssen ihr daher besondere Aufmerksamkeit zuweisen und kommen deshalb in unseren weiteren Artikeln ausführlich darauf zurück. Je nach der Art des Unternehmens ist der eine oder andere obenerwähnte Zweck der wichtigere. Ein Betrieb, der nur eine Sorte, etwa Rotationsdruck macht, hat das größte Interesse an einer möglichst guten Betriebsgebarung. Die Ermittelung der Verkaufspreise ist unnötig, weil sie durch Syndikate gewöhnlich festgelegt werden. Für viele Papierfabriken, aber besonders solche, die vielerlei Sorten nicht nur als Standardware, sondern als Spezialanfertigungen herstellen, ist neben der Kontrolle des Betriebes wichtiger zu wissen, wie man sein Papier billig verkaufen bezw. herstellen kann. Man will sich an den mutmaßlichen Preis heranfühlen und bedient sich dazu seiner Kalkulation. Sie soll Hand in Hand mit dem Techniker arbeiten, hat aber diesem gegenüber die betriebswirtschaftlichen Wertungsgrundsätze durchzuhalten. Der Techniker denkt zu leicht nur mengenmäßig, er sieht oft nicht die Progression der Kosten, wie sie bei jedem stark gesättigten Betriebe entstehen. Er will möglichst alle Maschinen laufen lassen und übersieht dann oft, daß die Finanzlage des Unternehmens dadurch in Gefahr kommt, wenn der Absatz hinter der Produktion zurückbleibt. Die Kalkulation soll aber auch dem Verkauf gegenüber Festigkeit zeigen. Zu leicht wird nämlich die Preispolitik mit der eigentlichen Kalkulation verwechselt. Man darf nicht die Kalkulation zwingen, Scheinmanöver zu machen, wie es vielfach durch willkürliche Herabsetzung der Verrechnungssätze geschieht. Es ist besser, sich von vornherein über den Verlust klar zu sein. Der Beamte in der Kalkulation muß also eine gewisse Selbständigkeit haben, er muß aber auch Kenntnisse besitzen, die weit über den Durchschnitt hinausgehen. Feine Köpfe, kluge Rechner, beste Fachleute müssen es sein, wenigstens in der verantwortlichen Stellung des Leiters einer Kalkulationsabteilung. Nur muß man dann alle mechanische Arbeit von untergeordneten Kräften ausüben lassen.

Die Erklärung einiger Begriffe, mit denen später gearbeitet werden muß, sei hier kurz eingeschaltet. Wir wollen die Kosten einteilen in

fixe,
proportionale,
progressive,
degressive.

Die Kosten bleiben sich immer gleich, ob die Beschäftigung gut oder schlecht ist. Proportional sind die Kosten, die in gleicher Weise wie die Produktion steigen. Bei progressiven Kosten steigen die Aufwendugen schneller, als die Erzeugung, bei degressiven ist es umgekehrt. Diese Unterscheidung, die zunächst auf den ganzen Betrieb bezw. die Einzelbetriebe angewandt wird, ist außerordentlich wichtig in der heutigen Zeit, wo die stark schwankende Beschäftigung vielfach erhebliche Progressionen mit sich bringen kann. (Fortsetzung folgt).

Moderne Maschinenbeleuchtung in graphischen Betrieben.

Die Fortschritte, die in den letzten Jahren in der Beleuchtungstechnik gemacht worden sind, liegen weniger auf dem Gebiete der Lichterzeugung, als auf dem Gebiete der Lichtanwendung. Während man früher in der Hauptsache darnach strebte, die Energieausnutzung bei der Lichterzeugung zu verbessern, Lichtquellen von erhöhter Leuchtkraft und Wirtschaftlichkeit zu schaffen, hat man in letzter Zeit sich vielmehr dem Studium der Anforderungen gewidmet die Vorbedingungen sind für gutes Sehen und Erkennen. Mit der gasgefüllten Glühlampe ist die Technik der Lichterzeugung zu einem gewissen Stillstand gekommen. Die Bestrebungen der Beleuchtungstechniker gehen heute dahin, den erzeugten Lichtstrom in bestmöglicher Weise auszunutzen, die Lichtausstrahlung der Glühlampe zu beeinflussen, und das Licht so anzuwenden, wie es das Auge braucht, um eine bestimmte Arbeit leisten zu können.

Jede Branche, ja fast jede Maschine verlangt ein besonderes Studium der Beleuchtungs-Bedingungen, unter denen das Auge seine maximale Leistungsfähigkeit entwickeln kann. Im Eisenbahnbetrieb wird manches unangebracht sein, was sich bei der Straßenbeleuchtung bewährt hat, in Textilbetrieben werden andere Anforderungen an die Beleuchtung zu stellen sein als in graphischen Betrieben u. a. m. Auch innerhalb derselben Branche gelten natürlich nicht starre Regeln. Uebt doch Bauart und Höhe der Räume, Farbe der Wände und Decke, Antrieb und Anordnung der Maschinen, Lage der Arbeitsplätze u. v. a. einen wesentlichen Einfluß auf die Beleuchtung aus. Wenn im folgenden versucht worden ist, über die Beleuchtung im graphischen Betriebe Richtlinien aufzustellen, so kann nicht erwartet werden, daß damit ein Schema gemeint ist, nach dem sich alle Beleuchtungsfragen ohne weiteres lösen lassen, vielmehr sollen diese Richtlinien Anregung dazu geben, die vorhandenen Beleuchtungsanlagen auf ihre Brauchbarkeit zu prüfen und etwaigen Mängeln abzuhelfen.

Es gibt kaum einen Berufszweig, bei dem es auf die Leistung der Augen so sehr ankommt wie im graphischen Gewerbe. Der erschreckend hohe Prozentsatz von Kurzsichtigen, den wir z. B. noch heut in Setzereien finden, ist nur ein Zeichen dafür, daß der Beleuchtungsfrage in Zukunft eine weit größere Aufmerksamkeit geschenkt werden muß als bisher.

Ehe wir jedoch die neueren lichttechnischen Erkenntnisse auf die praktischen Beleuchtungsfragen im graphi-

schen Betriebe anzuwenden versuchen, soll noch einiges über die häufigsten Fehler der bestehenden Lichtanlagen ausgeführt werden.

Bekanntlich vermag sich das Auge durch Vergrößern oder Verkleinern der Pupillen-Oeffnung in weiteren Grenzen den bestehenden Helligkeitswerten anzupassen. Dieser Eigenschaft muß die Beleuchtung in zweifacher Hinsicht Rechnung tragen. Erstens dürfen große Leuchtdichten (Glühfaden der Lampe, Gasstrümpfe etc.) nicht im Blickfelde auftreten, sonst stellt sich die Pupille auf diese ein, und das Auge vermag in diesem Zustande Gegenstände mit geringer Helligkeit nicht oder nicht gut zu erkennen. Das Auge ist geblendet. Zweitens darf das Auge nicht gezwungen werden, bei der Arbeit immer vom Hellen ins Dunkle zu sehen. Sonst muß es eine beträchtliche, aber völlig unnötige Anpassungsarbeit leisten, die bald zu Ermüdungen, oft gar zu schweren Sehstörungen führt. — Blendung und Ungleichmäßigkeiten der Beleuchtung müssen vermieden werden. Die vielfach noch heute im Gebrauch befindlichen Kegelreflektoren sind denkbar unzweckmäßig (vergl. Abb. 1), da sie den blendenden Glühfaden nicht abschirmen.

Durch richtige Wahl der Lampenanordnung muß ferner dafür gesorgt werden, daß sich der Arbeitende nicht im Licht steht. Schlagschatten können oft ganz ungemein stören, besonders dann, wenn durch sie ein gefährliches Maschinenteil verdeckt wird. Betriebsunfälle sind nicht selten auf derartige Mängel der Beleuchtung zurückzuführen.

Es kommt also nicht allein darauf an, daß genügende Beleuchtungsstärken vorhanden sind, sondern daß Fehler der hier angedeuteten Art vermieden werden. Erst dann kann man von der Güte der Beleuchtung sprechen.

Die geeigneten Leuchten für die Beleuchtung von Maschinensälen im graphischen Betriebe sind in Abb. 2 mit ihren Lichtverteilungskurven dargestellt. Beide Lichtarten sind nicht sehr voneinander verschieden. Die Glühlampe ist mit einer Opalglasglocke bestimmter Dichte umgeben. Die Blendung, die die nackte Lichtquelle verursachen würde, ist dadurch vermieden. Im Innern der Glocke sorgt ein weiß emaillierter Reflektor dafür, daß auch das nach oben ausgestrahlte Licht der Glühlampe nutzbar gemacht wird. Die Leuchte für direktes Licht hat außerdem noch einen Außenreflektor, der alles Licht in den unteren Halbraum wirft.

Dagegen strahlt die vorwiegend direkte Leuchte zum Teil auch nach der Decke. Das Licht wird von dort gestreut reflektiert und macht die Allgemeinbeleuchtung etwas weicher, die Schatten etwas heller.

Maschinensäle mit Leuchten für direktes Licht zeigen die Abbildungen 3 und 4. Die Räume machen einen hellen, freundlichen Eindruck, sie erscheinen geräumig und übersichtlich. Es darf nicht übersehen werden, daß eine solche Beleuchtung einen gewissen psychologischen Einfluß auf die Arbeitenden ausübt.

Die Arbeitsfreudigkeit wächst, alle Bewegungen und Handgriffe werden mit größter Sicherheit ausgeführt, Ordnung und Sauberkeit werden gefördert u. a. m.

Zum Vergleich ist in Abb. 5 ein Buchbindereimaschinensaal aufgenommen, wie wir ihn heute leider noch in vielen sonst ganz modern eingerichteten Betrieben vorfinden. An Pendeln hängen unter den schon obengenannten Kegelreflektoren nackte Glühlampen, die Blendung verursachen, den Raum übersichtlich und unfreundlich machen. Klagt bei solcher Beleuchtung der Arbeitende mit Recht über schlechte Beleuchtung, so werden oft größere Glühlampen eingeschraubt, und dadurch das Uebel der Blendung nur vergrößert. Durch mehr oder weniger provisorische Lampenschirme läßt sich die Blendung zwar vermeiden. Ein lichtdurchfluteter, übersichtlicher Raum kann aber durch solche Hilfsmittel nicht geschaffen werden.

Die außerordentlich hohen Beleuchtungsstärken von 150 bis 200 Lux, die in Handsetzereien gefordert werden müssen, zwingen dazu, dort die Frage der Wirtschaftlichkeit besonders zu berücksichtigen. Es hat sich als praktisch erwiesen, hier Tiefstrahler in nicht allzu großer Höhe über den Setzerpulten anzuordnen. Ein die Lichtquelle seitlich tief umfassender Metallreflektor schirmt bei dieser Leuchtart die Glühlampe gegen das Auge ab, so daß keine Blendung eintreten kann. Der gesamte Lichtstrom der Leuchte wird auf den Arbeitsplatz geworfen und bestmöglich ausgenutzt. Bei dem etwas hartschattigen Tiefstrahler-Licht heben sich die Körper plastisch vom Hintergrund ab, was zum Erkennen der grauen Lettern meist recht vorteilhaft ist.

Für die Beleuchtung von Setzmaschinen und überall dort, wo hohe Beleuchtungsstärken auf verhältnismäßig kleinen Flächen gefordert werden, ist die Einzelplatzbeleuchtung vorzuziehen.

Die geeignete Leuchte für diese Zwecke ist die Kandem-Warkplatz-Leuchte. Ein die Lichtquelle vollkommen umschließender, parabolisch gekrümmter Tiefstrahl-Reflektor konzentriert den Lichtstrom und schirmt die Lichtquelle vollkommen gegen das Auge ab.

Die Abb. 6 zeigt die Kandem-Werklatz-Leuchte in ihren verschiedenen Ausführungen. Die sehr praktische Aufhängevorrichtung gestattet es, den Lichtstrom in jede beliebige Richtung zu lenken. Bei solchen Leuchten werden schon Glühlampen von 15—40 Watt meistens eine völlig ausreichende Beleuchtungsstärke geben.

Was bei der Einführung von Neuheiten zu beachten ist.

Es kommt ganz darauf an, ob man einen Artikel als Großhändler, Händler oder Exporteur vertreibt oder im direkten Vertrieb durch den Fabrikanten, dem aber ein Odium anhaftet, das bei den zuständigen Händlern immer einen Schnupfen, um es gelinde zu sagen, auslöst — einführen will. Ganz danach richtet sich die gesamte Arbeit.

Wann soll man beginnen? Für den Bürobedarfshändler dürften Herbst, Winter und Frühjahr die beste Zeit sein. Bei einzelnen Artikeln wird natürlich die Reihe wechseln, je nach der Branche, die man bearbeitet und auch je nach dem Artikel, den die betreffende Branche zur Zeit stark begehrt.

Der Großhändler muß mit seiner Arbeit etwas früher einsetzen, um rechtzeitig den Händler mit seinen Artikeln zu versorgen, das gleiche gilt für den Fabrikanten. Zu dem Zweck sind auch die Messen im Termin so festgelegt, wie wir sie kennen. (Merkwürdig dabei ist, daß die Frühjahrsmessen im Durchschnitt immer besser ausfallen als die Herbstmessen. Vielleicht liegt der Grund daran, daß das Weihnachtsfest einen stärkeren Kreislauf des Geldes mit sich bringt und dem Händler die Kasse auffüllt, möglicherweise reifen auch die Neuheiten der Fabrikanten den Winter über besser aus, so daß der kritisch-kaufende Händler sich schon darauf eingestellt hat. Möglich ist auch, daß die Händler im Frühjahr und Vorsommer ihre Artikel besser loswerden, weil der Konsument seine Büros — ehe er auf die große Sommerreise geht — noch mit allem Erforderlichen ausrüstet, damit ein reibungsloses Arbeiten gesichert ist!?).

Am frühesten muß jedenfalls der Fabrikant aufstehen mit seiner Neuheit, um dem Groß-Handel und dem Handel so Gelegenheit zu geben, einmal die Neuheit selbst genau kennen zu lernen, dann die Aufnahmefähigkeit der Kundschaft prüfen zu können und ebenfalls die einschlägigen Möglichkeiten, die für den besonderen Fall für die Einführung und den intensiven Vertrieb gegeben sind und eingeschlagen werden müssen.

Wenn wir bildlich sprechen wollen, so könnte man etwa sagen, daß der Fabrikant schon nachts und am zeitigen Morgen arbeiten muß, wenn er dem Handel am Tage Gelegenheit geben will, die Verbraucherschaft mit der Neuheit zu beglücken.

Neuheiten werden immer begehrt, jedoch nicht so wesentlich stark vom Publikum selbst, das viel zu sehr am „Hausrat" haftet, der irgend einmal angeschafft worden ist und sich für den besonderen Zweck, für den er augenblicklich gebraucht wird, gar nicht eignet. So kann man z. B. noch in tausenden von Büros veraltete Vervielfältiger sehen, die so mangelhafte Arbeit leisten, daß jede Tätigkeit an dem Apparat wie ein trübes Ereignis beim Personal und bei der „beglückten" Kundschaft nachwirken läßt. Das ist nur ein Beispiel, dem man viele andere ähnliche anreihen kann, wenn man sich die Mühe machen würde, einmal eine eingehende Forschungsreise durch die Büros anzustellen (wozu Entdeckungsreisen nach U. S. A., wir haben — siehe oben — der Aufgaben im eigenen Lande genug!) Neuheiten werden in erster Linie vom Großhändler und Händler begehrt, um einen oder mehrere Sonderartikel zu haben, die das Geschäft in Gang halten, das Publikum immer wieder anziehen, das dann auch altbewährte Artikel kauft, für die man keine Sonderpropaganda machen möchte, weil schon gute Artikel von vielen Händlern geführt werden und das Publikum weiß, wo es die Sachen bekommt. Nur zu einem Teil würde der werbende Händler selbst die Kunden anziehen, zum Teil würde er für seine Konkurrenten mitwerben.

Neuheiten müssen beim Publikum erst eingeführt werden, es muß dafür erwärmt werden, und das ist nicht immer ganz leicht. Ja, man kann sagen, daß eine reibungslose und sofortige Einführung einer Neuheit zu den weißen Raben gehört.

Wie schon oben gesagt, klebt der Konsum am alten mit einer erstaunlichen Zähigkeit. Selbst, wenn die Vorzüge eines neuen Artikels schon ungefähr bekannt sind, entschließt man sich nicht, ihn anzuschaffen. Das liegt nicht allein an den wirtschaftlichen Verhältnissen. Die erwähnte Beobachtung konnte man bei uns auch in beseren Zeiten machen. Jedoch muß zugegeben werden, daß diese Eigenschaft der Verbraucher heute wesentlich verstärkt in Erscheinung tritt. Man kann wohl mit Recht behaupten, daß diese Einstellung eine gewisse Rückständigkeit unseres alten Europas ist. Beachten wir Amerika, dann müssen wir immer wieder erstaunt sein, wie unheimlich schnell dort gut Neuheiten gekauft werden. Vielleicht ist das auch auf Ursachen zurückzuführen, von denen wir noch zu sprechen haben.

Vielfach, wir können auch sagen in der Mehrzahl der Fälle, geht die Einführung von Neuheiten in der Weise vor sich, daß irgend ein Bekannter auf Grund der Händlerreklame sich den Gegenstand, die Neuheit, anschafft. Dort sieht man ihn im Gebrauch, hört ein Loblied darüber und nimmt sich dann vor, ihn für den eigenen Betrieb ebenfalls zu beschaffen. Wenn der Vorsatz nicht sogleich ausreift zur Tat, dann findet doch der besuchende Vertreter schon ein vorbereitetes Feld und seinen Auftrag, oder der Artikel wird gelegentlich einmal gekauft.

Händler und Fabrikanten müssen sich über diesen Gang der Ereignisse klar sein. Sie müssen auch beachten, niemals eine Sache als Schlager zu betrachten. Wer sich von vornherein darauf versteift, der kann schnellstens unangenehme Erlebnisse verzeichnen. Der Händler muß genau die Umschlagszeit seiner Artikel studieren. Der die beste Zeit hat, das ist sein Schlager, mit dem kann er verdienen, wenn er sich dafür einsetzt. Ist ein Artikel vor mehreren Jahren gekauft, der erst jetzt abgesetzt werden kann, dann muß man sich darüber klar sein, daß man ihn mit Verlust verkauft, wenn man auch nominell ein paar Pfennige daran verdient. Der Artikel hat beim Einkauf Geld gekostet, das Geld hat zinslos gelegen, der Artikel hat einen Bruchteil der Ladenmiete, der Reinigungskosten usw. beansprucht, summa summarum, er hat seinen Anteil an den allgemeinen Unkosten beigetragen, der mit der Länge der Lager- und Umschlagszeit steigt. Für Neuheiten muß also, das kann nicht oft genug betont werden, die Umschlagszeit genauestens geprüft werden, und von ihr wird es abhängen, ob man sich im Einzelfall weiter für den Vertrieb der Sache einsetzen darf oder nicht. Es wird weiter davon abhängig sein, ob der Fabrikant seinen Gegenstand weiter fabriziert, seine Gesamtproduktion gar darauf einstellt, sich auf die gute Neuheit spezialisiert, sie im Preis durch rationelle Herstellung herabsetzt, aus seinem Artikel einen wirklichen Schlager macht, also den Begriff „Schlager" nicht zu Bluff-Zwecken in seinen Prospekten und Anzeigen verwendet, oder — ob er die „Neuheit" fallen läßt.

Für den Fabrikanten besteht die große Kunst darin, zunächst einmal ein gutes Gefühl für den Wert oder Unwert einer Sache zu haben, dann die Einführungsresultate des für gutbefundenen Artikels richtig zu verwerten und

daraus die zweckmäßigen Schlüsse für die weitere Produktion zu ziehen oder die Streichung des Artikels — und zwar im rechtzeitigen Augenblick — vorzunehmen.

In diesem Zusammenhang ist es notwendig, etwas über die Propaganda von Neuheiten zu sagen. Die voraufgegangenen Ueberlegungen dürfen keinesfalls zu dem Resultat führen, daß man nach einem oder zwei erfolglosen oder erfolgmangelhaften Inseraten sofort die Flinte ins Korn wirft. Auf den ersten Schlag fällt keine Eiche, und Rom ist nicht an einem Tage erbaut. Diese Binsenwahrheiten muß man sich immer wieder vergegenwärtigen und muß auch das eingangs über das Durchsetzen von Neuheiten gesagte beachten. Man kann nicht oft genug gegen die falsche Ansicht ankämpfen, daß sich der Interessent sagt: Ich habe ein oder zweimal meine Neuheit angezeigt, ich habe ein paar Anfragen bekommen. Es hat keinen Zweck, weiter dafür zu arbeiten. Obwohl man uns, wenn wir über diese Fragen etwas sagen, für „erblich belastet" usw. hält, weil wir anscheinend für unseren eigenen Nutzen, in unserem Interesse sprechen, so wagen wir es dennoch; denn es wird einsichtige Leute genug geben, die unsere folgende Behauptung unterschreiben, ohne mit dem Auge zu zwinkern oder die obigen „Erklärungen" abzugeben.

Ein Amerikaner hat folgende Erfahrungssätze aufgestellt:

Das erste Mal übersieht man ein Inserat,

das zweite Mal bemerkt man es, liest es aber nicht,

das dritte Mal liest man es, denkt sich aber nichts dabei,

das vierte Mal sinnt man über die Sache etwas nach,

das fünfte Mal spricht man darüber mit seinen Freunden,

das sechste Mal kommt der Gedanke, einen Versuch zu machen,

das siebente Mal kauft man!

Es wäre ja nun sehr gut, wenn man sofort mit dem siebenten Mal beginnen könnte, aber das geht leider nicht. Man kann ja auch nicht die Kinderschuhe überspringen und gleich heiratsfähig in die Welt gesetzt werden. Wie mit den Kinderschuhen, genau so ist es mit der Erregung der Kauflust für eine Neuheit.

Man lese hierüber Bücher wie Dr. König „Reklamepsychologie", Dr. Seyffert „Die Reklame des Kaufmannes", Dr. Lysinski, „Die Organisation der Reklame" usw.

Man wird sagen, daß jene Leute Wissenschaftler seien, die Erfahrungen in der Praxis aber anders ausschauen. Das ist das alte Vorurteil gegen die Wissenschaftler. Die von den oben genannten Verfassern festgestellten Erfolgsziffern für die Wirkung der Propaganda sind auf Grund von tatsächlichen Werbezügen genommen, also aus der Praxis heraus errechnet. Aber selbst, wenn man sich mit dieser Erklärung noch nicht zufrieden geben möchte, dann können wir noch einen Kronzeugen für die Notwendigkeit einer intensiven Reklame anführen: Kukirol. Wir wollen keineswegs seine Inserate an sich empfehlen, die alles andere als schön waren, sondern wollen nur feststellen, daß die Firma des Herrn Kurt Krisp lediglich durch Inserate und wieder Inserate so groß geworden ist, und daß die Hühneraugenpflasterhändler genau so verdient haben, wie der Hühneraugenpflasterfabrikant verdient hat. Die Kukirol-Reklame hat gezeigt, daß man selbst bei dem billigsten Artikel mittels der Anzeigenreklame sein Geschäft machen kann.

Man muß sich aber hüten, jeden Tag eine Neuheit herauszubringen; denn dabei verliert man die Uebersicht und nutzt die Erfolgsmöglichkeiten nie genügend aus, wenn man Fabrikant ist; ebenso läßt man dem Händler gar keine Zeit, sich für eine Sache einzusetzen, wenn man ihn schon 5 Minuten später für eine andere erwärmen will. Auch hier zeigt sich in der Beschränkung der Meister. Bei einem Pferderennen setzt man ja auch nicht auf jedes Pferd. Man würde sonst nur zu leicht feststellen müssen — d. h. wenn man bei einem so verrückten Einfall noch eine klare Stunde besitzt — daß man sein Geld sinnlos zum Fenster hinauswirft, während man in Wirklichkeit doch mit seinen Pfunden wuchern wollte. Schon die angelegten Kosten werden kaum herausgewirtschaftet werden, geschweige, daß ein Verdienst erzielt wird.

Heute wollen wir uns verabschieden und nächstens über das Thema weiter plaudern. Zuvor aber noch eine Anregung und eine dringende Bitte: Wie wäre es, wenn Sie selbst einmal über Ihre Erfahrungen etwas sagen würden und das, was Sie über die angeschnittenen Fragen von Ihrem Standpunkt aus denken, zum Ausdruck bringen. Nicht Reisen allein bildet, mehr noch der Gedankenaustausch. Bitte, nun reden Sie auch einmal!

Der Wirtschaftsfriede zwischen Deutschland und Polen.

Es erfüllt uns mit wahrer Genugtuung, unseren Lesern mitteile zu können, daß die polnisch-deutschen Handelsvertragsverhanlungen, deren schleppenden Gang und deren Unterbrechungen alle politisch und wirtschaftlich Denkenden bedauern mußten, aus dem Stadium der Stagnation herausgekommen sind und in das richtige Fahrwasser geleitet wurden. Den Auftakt bildete die Entrevue des polnischen und des deutschen Außenministers, während der letzten Märztagung des Völkerbundes in Genf, bei welcher sachliche Momente ins Treffen geführt wurden die dann dazu führten, die politische Atmosphäre zu reinigen. Freilich hätte die Methode der Sachlichkeit allein nicht genügt, wenn sich ihr nicht der gute Wille zugesellt hätte. Polnischerseits ist dieser gute Wille dadurch bekundet worden, daß man in der heikelsten Frage, in der Regelung des Niederlassungsrechtes für Deutsche in Polen, den Wünschen Berlins nach Tunlichkeit entgegenkam und das bewegliche deutsche Vermögen, Wertpapiere, Pfandrechte, Beteligungen, Forderungen usw. freigab. Anderseits hat Deutschland den polnischen Standpunkt in der Frage der polnischen Saisonarbeiter gewürdigt. Der am 14. November l. Js. in Berlin paragraphierte Vertrag über die polnischen landwirtschaftlichen Arbeiter regelt die Details der Anwerbung und Vermittlung, die sozialrechtlichen Fragen, die Arbeits- und die Lohnverhältnisse, die bis dahin einen wesentlichen Konfliktsstoff zwischen Deutschland und Polen gebildet hatten und viel Bitternis anhäuften. Fügt man noch hinzu, da ßauch Vorverhandlungen über die Regelung der deutsch-polnischen Grenzbeziehungen und Grenzverhältnisse im Geiste gegenseitigen Verstehens geführt wurden, so gewinnt man nicht nur ein Bild des Verständigungswillens, sondern auch einen Begriff über diese einleitenden Arbeiten, die gleichsam die erste Etappe der dutsch-polnischen Handlsver-

tragsverhandlungen darstellen. Die Wolken waren aber hierdurch noch nicht zerstreut und die Aussicht noch keineswegs klar. Während des letzten Besuches der deutschen Gäste in Wien fielen dann die Worte, die den wirtschaftlichen Frieden im Osten verkündeten. Das sollte bedeuten, daß die innerpolitischen Hemmungen in Deutschland wenigstens zum Teil beseitigt waren und der Weg für die zweite Etappe der Verhandlungen freigemacht wurde. Diese zweite Etappe bilden die durch die Berliner Reise des Direktors des politischen Departements im polnischen Außenministerium, Jackowski, erzielten Resultate. Auch da haben wir es immer noch mit Vorarbeiten zu tun, und wir wollen nicht eine gewisse Enttäuschung der polnischen Kreise verhehlen, daß man sich über die Grundlinien eines definitiven Handelsvertrages während der Berliner Besprechungen nicht verständigen konnte, und daß sich die Warschauer Regierung, wenn auch schweren Herzens entschließen mußte, mit einem Provisorium, mit einem für die Dauer eines Jahres berechneten Modus vivendi vorliebzunehmen. Sie tat dies eines höheren Zwecks wegen, damit der Zollkrieg endlich einmal liquidiert und dadurch eine freundliche Atmosphäre geschaffen werde, in welcher die in kürzester Zeit aufzunehmenden Delegationsverhandlungen einem gedeihlichen Ende zugeführt werden können. In den Rahmen dieser Provisoriums fügt sich ein Uebereinkommen über die Einfuhr von Schnitt- und Rundholz aus Polen nach Deutschland — bekanntlich kann die deutsche Wirtschaft den Zustrom polnischen Holzes nicht entbehren, wofür als Gegenleistung Einfuhrkontingente für einzelne deutsche Industrieartikel, wie Automobile, Fahrräder, Uhren usw. nach Polen in Betracht kommen. Was die Einfuhr von Viehprodukten nach Deutschland betrifft, auf welche die polnische Landwirtschaft nicht verzichten kann, so ist man nach einer Aeußerung des Herrn Jackowski zu der Ueberzeugung gelangt, daß die deutschen Zugeständnisse auf diesem Gebiete den Ausgangspunkt für eine Verständigung zu bilden geeignet wären, welche einerseits den Abbau der beiderseitigen Kampfmaßnahmen herbeiführen würde, anderseits die aufzunehmenden Verhandlungen für einen endgültigen Handelsvertrag günstig beeinflussen könnte. Bezüglich der Kohle ist in den Berliner Besprechungen eine Annäherung des deutschen Standpunktes an den polnischen festgestellt worden. Die Bedeutung der Berliner Besprechung für die dritte Etappe, das ist für die Delegationsverhandlungen, liegt somit klar zutage. Man wird sich nur an die in einem Protokoll bereits festgelegten Grundsätze halten und einzelne Teilabkommen raschestens formell erledigen müssen, um mit den endgültigen Verhandlungen zur Erlangung eines vollen Handelsvertrages nach westeuropäischem Muster beginnen zu können. Freilich darf man sich die nächsten Verhandlungen nicht so vorstellen, als würden sie sich von nun an nur unter heiterem Himmel abwickeln. Noch manche Schwierigkeit wird zu beheben, noch manche Gefahr zu beseitigen, noch manche Detailarbeit zu bewältigen sein. Das koziliante Wesen und die Sachkenntnisse des zum Leiter der polnischen Delegation für die deutsch-polnischen Verhandlungen ernannten früheren Ministers für Galizien, Dr. W. Twardowski, bürgen dafür, daß auch diese Arbeit zur Zufriedenheit aller Beteiligten durchgeführt werden wird. Durch die Schaffung eines Modus vivendi für die Dauer der Delegationsverhandlungen hat die Regierung des Marschalls Pilsudski jedenfalls den Beweis erbracht, daß sie den Zollkrieg mit Deutschland liquidiert und die deutsch-polnischen Beziehungen auf eine rationelle wirtschaftliche Grundlage gestellt wissen will. Gelingt es, diese Grundlage zu befestigen und auszubauen, so dürfte auch die Zeit für einen politischen Oberbau reifen. Der Friede Europas fände in einem solchen Oberbau seine sicherste Stätte.

Besseres Personal durch Lektüre der Fachpresse.

Es ist eine bekannte Tatsache, da sowohl die Händler wie die Chefs in unserer Branche es nicht gern sehen, wenn ihre Angestellten, Vertreter und Mechaniker die Fachpresse lesen. Eine Reihe von Händlern halten die Fachblätter, sogar unter Verschluß, damit niemand vom Personal sie in die Hände bekomme. Der Grund wird wohl gewöhnlich der sein, daß man fürchtet, die Angestellten bewerben sich um die in den Zeitschriften ausgeschriebenen Stellungen. So ungern man natürlich gutes Personal verliert, so wird dabei jedoch übersehen, daß tüchtige Angestellte, die vorwärts streben und sich zu diesem Zwecke irgendwie verändern wollen, immer die Möglichkeit finden werden, ihre Stellungen zu wechseln, oder sich selbständig zu machen. Auch sind die Fachzeitschriften so billig, daß jeder Angestellte leicht in der Lage ist, sich ein Blatt zu halten. Die Bürobedarfshändler klagen immer wieder, daß es sehr schwierig ist, gutes Personal zu bekommen. Und das ist richtig. Der Grund hierfür liegt fraglos darin, daß leider nur wenig gute Kräfte in unserer Branche herangebildet werden. Zu dieser Erkenntnis ist man jetzt allgemein gekommen, und es werden auch von den verschiedensten Seiten Vorschläge gemacht, um diesem großen Uebelstande abzuhelfen. Ich erinnere nur an die immer dringender werdenden Forderungen nach einer Fachschule für die Bürobedarfsbranche. Doch kann auch jeder einzelne Händler viel dazu tun, um seinem Personal, besonders den Vertretern, gute Fachkenntnisse zu vermitteln. Leider glauben sehr viele Firmen, ihre Vertreter nicht in alles einweihen zu dürfen, da diese evtl. später zur Konkurrenz gehen und ihnen schaden könnten. Und da leider recht viele Händler diesen Standpunkt einnehmen, so gibt es auch wenig gute in der Branche durchgearbeitete Vertreter bezw. Verkaufskräfte. Denn es ist selbst einem tüchtigen Vertreter nur im Laufe der Zeit möglich, sich eine umfassende Kenntnis der vielgestaltigen Branche zu erwerben, wenn er lediglich auf die Praxis, d. h. seine Beobachtungen bei der Kundschaft angewiesen ist. Und wie viele und mannigfaltige Fragen stellt die Kundschaft. Und wie oft zeigt es sich, daß ein Kunde beschlagener in der Branche ist, als der Vertreter, der ihm etwas anbietet, hat er doch Gelegenheit, alle Konkurrenzfabrikate leichter kennen zu lernen. Natürlich stärkt ein solches Nichtwissen keineswegs das Vertrauen des Kunden zum Vertreter und zu der von diesem vertretenen Firma. Wie wichtig es aber gerade in unserer Branche ist, bei der Kundschaft volles Vertrauen zu genießen, bedarf keiner weiteren Erläuterung.

Es würde nun schon viel gewonnen sein, wenn die Vertreter Gelegenheit hätten, bei ihrer Firma laufend die Fachpresse zu lesen. Sie würden auf diese Weise langsam einen guten Ueberblick über die ganze Bürobedarfsbranche mit ihren Vielseitigkeiten erhalten, würden rasch unterrichtet werden über Neuerungen bei Konkurrenzfabrikaten,

von denen sie oft genug erst durch die Kundschaft erfahren. Sie würden ein viel sichereres Auftreten bekommen, besonders mancher jüngere Vertreter würde sich nicht mehr so leicht durch Darlegungen und Behauptungen geschickter Einkäufer beirren lassen. Sein Standesbewußtsein würde, unterstützt durch ein besseres Wissen, entschieden gestärkt werden. Daß sich dadurch auch ein großer Nutzen für sein Haus ergibt, liegt auf der Hand. Aus ähnlichen Gründen ist es auch wichtig, daß man den Mechanikern das Fachblatt in die Hand gibt; können sie doch beim Besuch viel dazu beitragen, dem Kunden Vertrauen zu seinem Händler einzuflößen. Auch findet ein nur etwas interessierter Mechaniker manche wichtige Anregung im technischen Teil des Fachblattes, die seiner Firma großen Vorteil bringen kann. Es läßt sich in diesen Ausführungen im einzelnen noch recht viel hinzufügen, doch sie mögen als Anregung genügen. Naturgemäß ist eine solche Weiterbildung des Personals zum Besten der Firma nur möglich, wenn die Fachblätter laufend zur Verfügung der Angestellten stehen, damit sie durch diese immer mehr Interesse für die Branche gewinnen und so ihren Gesichtskreis und ihre Kenntnisse allmählich, aber sicher erweitern.

Zur Lage der Abzahlungsverkäufe.

Der sogenannten Konsumfinanzierung, wie sie vor einem Jahr propagiert wurde und aus welchem Anlaß Spezialgründungen für die Konsumfinanzierung ins Leben gerufen wurden, stand man im allgemeinen nicht sympathisch gegenüber. Das hängt wohl damit zusammen, daß man eine unnötige oder übermäßige Verteuerung der auf Kredit getätigten Verkäufe durch besondere Organisationen nicht für wirtschaftsfördernd hielt. Aus diesem Grunde wurde auch von maßgeblichen Wirtschaftsstellen dagegen Stellung genommen. Die für die Kreditierung zu zahlenden Zinsen und Spesen waren teilweise so hoch, daß sie sich als erhebliche Belastung für den Käufer erwiesen. Die hierfür ins Leben gerufenen Spezialunternehmungen konnten sich nicht durchsetzen.

Damit ist nicht gesagt, daß Abzahlungsverkäufe nicht getätigt werden können, oder daß die Umsätze in Abzahlungsverkäufen zurückgegangen sind. Das Gegenteil dürfte der Fall sein. Wie wickeln sich nun die Abzahlungsverkäufe ab? Der Unterschied besteht darin, daß man nicht die Abzahlungsverkäufe durch Propaganda und Hinweise so in den Vordergrund schiebt, daß möglichst jeder Käufer, auch der zahlungsfähige, auf den Kauf auf Abzahlung aufmerksam gemacht wird. Da bei der herrschenden Knappheit der Zahlungsmittel, man kann wohl sagen, fast jeder den Abzahlungskauf vorzieht, in der Hoffnung, daß sich die Wirtschaftslage doch bessern wird und man die flüssigen Mittel für andere Operationen besser ausnützen kann, so würde dadurch insbesondere auch der Büromaschinenhandel insofern benachteiligt werden, als ihm zu wenig flüssige Mittel zufließen. — Bringt jemand den Wunsch zum Ausdruck, daß er gern eine Maschine anschaffen würde, seine flüssigen Mittel es aber nicht zulassen, die Zahlung dafür flott zu regulieren, so wird man in normalen Fällen mit der Abzahlungsmethode operieren, um den Verkauf perfekt zu machen. Auf diese Weise werden die Abzahlungsverkäufe nach Möglichkeit beschränkt und nicht aufgebläht, und das Geschäft bleibt gesund.

Es gibt eine Organisation der deutschen Teilzahlungsgeschäfte, die sich Reichsverband des kreditgebenden Einzelhandels nennt. Hier haben sich diejenigen Firmen zusammengeschlossen, die ihren Kunden Abzahlungsmöglichkeiten einräumen. Auf der Septembertagung dieses Verbandes sprach auch der Wirtschaftssachverständige Professor Bonn. Er prägte das Wort von der Demokratisierung des Konsums, womit eine gewisse Berechtigung der Käufer an den zu kaufenden Gegenständen ausgedrückt wird, wenn es die Barmittel nicht gestatten, dafür ein Teilzahlungssystem einzurichten, was umsatzfördernd wirkt. Die Konsumkredite können sehr dazu beitragen, den Aufbau der deutschen Wirtschaft zu unterstützen. Zwei Aufgaben werden damit erfüllt: die Industrie und der Handel bleiben leistungsfähiger, und der durch die Kriegs- und Inflationszeit geschwächte Käufer wird wieder für den benötigten Absatz gewonnen.

Ein Vertreter der Dresdner Bank, die ja in ihrer Nebenabteilung als Genossenschaftsbank eine führende Stellung einnimmt, betonte, daß auch der Einzelhandel seine besonderen Banken haben müsse, die nach Branchen gegliedert, sich für die Bedürfnisse des Einzelhandels spezialisieren. Das würde auch für die Bürohändler zutreffen. Aus dem Geschäftsbericht geht hervor, daß die von dem Reichsverband eingerichtete Diskontvereinigung des kreditgebenden Einzelhandels mit guten Erfolgen arbeitet. Zutreffend dürfte sein, daß die allgemeine Konsumfinanzierung zu große wirtschaftliche Gefahren in sich birgt, daß aber das organisierte Abzahlungsgeschäft mit normalen Spesen einen berechtigten Platz im Wirtschaftsleben einnimmt.

Die zu hohen Zinsen für die neuen Gründungen erinnerten an die früheren Zustände im Abzahlungsgeschäft, wo man die Käufe lange nicht im Verhältnis zu normalen Verkäufen zum Abschluß brachte, und dem Käufer alle Lasten und Unkosten, die mit dem Kauf zusammenhingen, aufbürdete. — Das bedeutet für die schwachen Schultern eines Käufers eine weitere Schwächung seiner Position, während man doch erreichen will, daß er kauf- und zahlungskräftig wird. — Schließlich gingen derartige Käufe so zu Ende, daß der Käufer bei Nichteinhaltung der scharfen einseitigen Verträge seiner geleisteten Zahlungen und der gekauften Gegenstände verlustig ging. Das bedeutet aber mehr eine Schädigung der Käuferkreise, als eine wirtschaftliche Förderung, wobei Verkäufer und Käufer einander dienen.

Die zu allererst gegründete Kundenkreditgesellschaft in Königsberg i. Pr. berichtet, daß sich die Abzahlungsgeschäfte gut entwickelt haben und daß im verflossenen Jahr nur ca. 2 pro Mille Verluste, bei einem Umsatz von 1½ Millionen RM., zu verzeichnen sind. 8000 Kunden nehmen die Einrichtungen der Kunden-Kredit-Gesellschaft in Anspruch. Infolge der Zunahme der Kunden und der Umsätze, wird eine Kapitalerhöhung beabsichtigt. Auch hier wird betont, daß es sich hauptsächlich um die richtige Organisation der in Frage kommenden Abzahlungsverkäufe handelt, daß sie individuell behandelt werden müssen und daß die damit verbundenen Unkosten den Käufer nicht übermäßig belasten dürfen.

Es sei in diesem Zusammenhange nochmals darauf hingewiesen, daß sich die Diskontierungsmöglichkeiten für gute Abzahlungsverkäufe immer mehr entwickeln, so daß für gesunde Teilzahlungsgeschäfte die zukünftige Entwickelung in günstigem Lichte erscheint.

Markt- und Geschäftsberichte.

Inländischer Markt.

Die Ausfuhr von Papierholz aus Polen.

Durch das dieser Tage zustande gekommene Holzabkommen mit Deutschland nimmt Polen im Verhältnis zu Deutschland Abstand von der Verdreifachung der Ausfuhrabgabe für Rundholz, die gegenwärtig 0,40 Złoty je 100 kg für Nadelholz beträgt. Dieser Satz ist für die Dauer des Abkommens auf Papierzłoty festgelegt worden. Grubenholz und Papierholz fallen nicht unter die Ausfuhrabgabe, da diese lediglich für Holz über 20 cm Zopfstärke und von 3 m Länge aufwärts erhoben wird. Das Abkommen soll am 1. Dezember zunächst auf ein Jahr in Kraft treten.

Papiererzeugung und Papiermarkt in Polen.

L e b h a f t e V e r g r ö ß e r u n g.

Infolge günstiger Marktlage in der Papier-Erzeugung Polens sind bedeutende Neuanlagen begonnen, die erst gegen Juli 1928 beendet sein werden. Die Kosten dieser Anlagen betragen etwa 1 700 000 Dollar. Die Papierfabrik Soczewka bei Plock hat bereits die dritte Maschine zur Herstellung von holzfreiem Papier in Gang gebracht. Dadurch hat sie ihre Erzeugung um 200 t monatlich vergrößert. In Albertynow bei Wilna befindet sich eine Papierfabrik im Bau, die 220 t Pappe monatlich liefern soll. Der Erbauer dieser Fabrik ist Graf Puslowski, der alles daransetzt, damit diese Fabrik noch in diesem Jahre in Betrieb kommt. Die Papierfabrik der Aktiengesellschaft von R. Sänger in Pabianice schreitet zur Aufstellung von Maschinen, um ihre Erzeugung auf 1000 t monatlich zu bringen. Die größten Anlagen unternahm jedoch in letzter Zeit die Papierfabrik der Aktiengesellschaft von Steinhagen Wehr & Co. in Myszkow. Sie stellte eine fünfte Maschine auf, wodurch sich ihre Erzeugung auf 1500 t monatlich erhöhen wird. Die Kosten der Betriebserweiterung beziffern sich auf etwa 600 000 Dollar. Auch die Zellstoffabrik in Włocławek macht neue Anlagen, um ihre Monats-Erzeugung auf 5000 t zu steigern. Mit einem Zellstoffmangel im Lande darf dann nicht mehr gerechnet werden. Auf dem Holzpapiermarkt herrscht gegenwärtig lebhaftes Geschäft. Die gesamte Erzeugung ist bereits ausverkauft. Die große Nachfrage nach Holzpapieren ist besonders auf die Vergrößerung der Zeitungsauflage zurückzuführen, besonders gefragt sind Rotationspapiere. Da die inländischen Fabriken nicht in der Lage sind, den ganzen Bedarf zu decken, ist die Einfuhr im Steigen begriffen. Die Papierausfuhr betrug in den letzten Monaten durchschnittlich rund je 2500 t.

Ausländische Markt- und Geschäftsberichte.

Der deutsche Außenhandel im Oktober.

Der deutsche Außenhandel zeigte im Oktober 1927 im reinen Warenverkehr einen Einfuhrüberschuß von 284 Millionen Rm. gegen 242 Millionen Rm. im Vormonat. Die dringend nötige Einschränkung der Einfuhr scheint wieder in weiter Ferne zu liegen. Die Einfuhr im reinen Warenverkehr stieg um 70 Millionen Rm. Hauptsächlich sind an dieser Zunahme wieder Lebensmittel beteiligt. Auch die Ausfuhr ist etwas gestiegen und zwar sind für 28 Millionen Rm. mehr ausgeführt worden als im Vormonat. Die vorläufigen Zahlen für unser Fach betragen:

	Einfuhr		Ausfuhr	
	Oktober 27	Januar-Oktober 27	Oktober 27	Januar-Oktober 1927
	Werte in 1000 RM.			
Papierholz	7 839	53 885	64	425
Holzschliff, Zellstoff	3 284	25 183	4 902	45 997
Papier und Papierwaren	2 962	18 096	30 913	277 921
Bücher und Musiknoten	1 391	11 763	5 192	38 079

	Einfuhr		Ausfuhr	
	Oktober 27	Januar-Oktober 27	Oktober 27	Januar-Oktober 27
	Mengen in Dz.			
Papierholz	2 190 170	15 712 123	20 387	147 119
Holzschliff, Zellstoff	134 803	1 004 084	172 205	1 661 602
Papier und Papierwaren	35 692	203 913	428 971	4 177 968
Bücher und Musiknoten	5 826	35 808	8 810	62 517

Mexikos Papiererzeugung.

In den letzten Jahren hat unter den Industrien Mexikos die Papiererzeugung die größten Fortschritte gemacht. Neben zahlreichen kleineren Fabriken bestehen 5 größere die mit einem Gesamtkapital von 12 Millionen Pesos arbeiten und das Land mit den gewöhnlicheren Papiersorten versehen. Es sind in der Reihenfolge ihrer Bedeutung National Paper & Type Company (in amerikanischen Händen), Cia de las Papel de san Rafael y Anexas (in spanischen Händen), Fabryca de Papel „Loretto" Alberto Lenz (in deutschen Händen), Fabrica de Papel Pena Pobre S. A. (in deutschen Händen) und Fabrica de Papel „La Aurora" S. A. (in spanischen Händen). Nach der letzten Zählung sind in diesen Fabriken 11 217 596 kg Zeitungspapier im Werte von 2 134 709 Dollar abgesetzt, ferner gewöhnliches Papier 5 175 275 kg im Werte von 2 197 927 Pesos, Packpapier und Tüten 6 147 798 kg im Werte von 1 581 829 Pesos, Karton 1 120 959 kg im Werte von 116 861 Pesos, Zigarettenpapier 62 367 kg im Werte von 59 461 Pesos und schließlich Toilettenpapier 42 850 kg im Werte von 21 325 Pesos. Wie verlautet, besteht die Absicht, die mexikanische Papierindustrie durch erhöhte Zölle zu schützen.

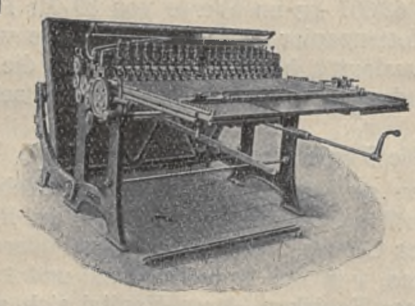
3. Die Papiererzeugung in Brasilien.

In Brasilien sind gegenwärtig 23 Papierfabriken im Betrieb, wovon 7 in Sao Paulo sind, 4 im Staat Rio de Janeiro, 4 in Minas Geraes, 3 in Perana, 2 im Föderaldistrikt, 1 in Pernambuco, 1 in Rio Grande do Sul und 1 in Santa Catharina. Diese Fabriken, deren Kapital sich auf 78 860 Contos de Reis beläuft, erzeugten im Jahre 1926 61 400 t Papierund Pappen. Die bedeutendsten befinden sich im Staate Sao Paulo. Die größte Fabrik im Staate Rio ist die „Companhia Industria de Papes e Cartonagem", die 6400 t per Jahr erzeugt, dann folgen die Fabrik von Petropilis mit 36000 t, die Companhia Industrial von Pirahy mit 3000 t und die Companhia Industrial San Antonio mit 2200 t. In der Hauptstadt selbst sind zwei Fabriken tätig, die von Herrn Jose Silva Araujo mit 2000 t und die Companhia Industria de Papeis e Cartonagem mit 600 t jährlich. Von den vier Papierfabriken in Minas Geraes ist die bedeutendste Santa Maria (im Jahre 2200 t) es folgen die Firma Dolabella Portella mit 1000 t, die von Herrn Pedro Janetti und die Fabrica Papel Juiz de Fora mit je 700 t im Jahre. I Parana sind drei Fabriken: die „Jacarehysinho" mit 2000 t, die Companhia Industrias Brasileiras de Papel mit 1800 t (Pappe) und die Fabrik Morretes mit 600 t. In Pernambuco gibt es nur eine Fabrik, die von

Herrn Alfredo Dolabella Portella (6000 t im Jahre). Die Companhia Pedras Brances in Rio Grande de Sul erzeugt 1200 t im Jahr und die Fabrik Itajahy in Santa Catharina 600 t.

4. Britisch-Indiens Papier-Einfuhr.

P a c k p a p i e r. Von Anfang April 1924 bis Ende März 1925 wurden 140 710 cwts. im Werte von 2 828 949 Rupien eingeführt, während die Einfuhr im gleichen Zeitraum 1926/27 207 525 ctws. im Werte von 4 003 913 Rupien betrug. Als Haupteinfuhrländer kommen in Betracht Deutschland, Schweden, Groß-Britannien, Holland und Norwegen. Die billige dunkle Qualität ist am meisten gefragt. Z e i t u n g s p a p i e r. Im Zeitraum April 1926 bis März 1927 wurden 417 644 ctws. im Werte von 5 935 140 Rupien eingeführt, teils glänzend teils stumpf in Rollen von 40 inch., 5234 und 35 inch. breit. Für Illustrationspapier wird schweres Papier mit bis zu 50 y. H. Holzschliff vewendet. Anderes Druckpapier muß ohne Holzschliff sein. Eingeführt wurden 1926/27 aus Norwegen für 2 300 729, Deutschland für 2 118 794, Groß-Britannien für 1 932 798, Oesterreich für 1 441 227, Niederlande für 627 759 und Belgien für 390 999 Rupien. S c h r e i b p a p i e r u n d B r i e f u m s c h l ä g e. Der Gesamteinfuhrwert betrug 5 859 144 Rupien, davon lieferte Groß-Britannien für 3 020 479, Deutschland für 683 458 Rupien. Die mittlere Qualität ist am meisten gefragt. Das sog. offizielle Papier siefern zumeist die Vereinigten Staaten und Deutschland. Der Einfuhrzoll beträgt I Anna je lb. für alles Papier, das weniger als 65 v. H. Holzschliff enthält, mit Ausnahme von gefärbtem und marmoriertem Papier für Plakate, wofür, wie für alle anderen Sorten, 15 v. H. des Wertes zu zahlen sind.



Druk: Kattowitzer Buchdruckerei- und Verlags-Spółka Akcyjna.
Redaktor odpowiedzialny: Izydor Lion, Katowice. Za administrację: L. Landau, Katowice.